

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - SACOD
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - DECOM

DUANE STOLARCZKI KURTEN

**FICÇÃO SERIADA TRANSNACIONAL E AS PRODUÇÕES ESTADUNIDENSES SOBRE A
AMÉRICA LATINA: A REPRESENTAÇÃO DA COLÔMBIA EM “NARCOS”**

CURITIBA

2018

DUANE STOLARCZKI KURTEN

**FICÇÃO SERIADA TRANSNACIONAL E AS PRODUÇÕES ESTADUNIDENSES SOBRE A
AMÉRICA LATINA: A REPRESENTAÇÃO DA COLÔMBIA EM “NARCOS”**

Trabalho apresentado como requisito à
obtenção do grau de Bacharel em
Comunicação Social, com habilitação
em Relações Públicas, do Setor de
Artes, Comunicação e Design da
Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof. Regiane Ribeiro

CURITIBA

2018



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

**AVALIAÇÃO DA APRESENTAÇÃO ORAL
DO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

NOME DO ALUNO(A): DUANE S. KWRTEN

TÍTULO: Cinema transnacional e as produções hollywoodianas sobre a América Latina: a representação da Colômbia em "Narcos".

LOCAL E DATA DA APRESENTAÇÃO ORAL:

Sede do Departamento de Comunicação Social da UFPR, realizada na sala 03, no dia 04/12/18, às 09h00.

BANCA EXAMINADORA – PROFESSORES	NOTA
REGIANE REGINA RIBEIRO (orientadora)	10,0
VALQUIRIA MICHELA JOHN	10,0
CAMILA FERREIRA (convidada)	10,0
MÉDIA FINAL:	

BANCA EXAMINADORA	ASSINATURA
REGIANE REGINA RIBEIRO	
VALQUIRIA MICHELA JOHN	
CAMILA FERREIRA	

Curitiba, 04 de dezembro de 2018.

Dedico este trabalho ao meu irmão, Guilherme Kürten, que é também meu ídolo, meu maior incentivador e a minha pessoa favorita no mundo. Sem ele, talvez eu não tivesse tanta força para correr atrás dos meus sonhos. À incrível Prof. Valquíria John, por ter ministrado as aulas de Eduentretenimento Audiovisual, que serviram de inspiração para este projeto.

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem como objetivo entender a relação entre a ficção seriada transnacional e as produções estadunidenses que constroem narrativas sobre a América Latina. Para isso, a primeira temporada da série original da Netflix “Narcos” será utilizada como objeto de pesquisa para analisar como a Colômbia é representada a partir deste contexto. Este estudo de caso levará em conta conceitos desenvolvidos nos Estudos Culturais de Néstor García Canclini e Jesús Martín Barbero. As características transnacionais da América Latina dentro do audiovisual ficcional, apontadas por Maria Lopes e Guillermo Gómez, também serão utilizadas para complementar a base teórica da pesquisa. O protocolo metodológico seguirá as diretrizes de Diana Rose, responsável pelo método de análise de imagens em movimento. Por fim, através de um estudo sobre as representações territoriais e personagens policiais da série, episódio por episódio, busca-se expor de que maneira a indústria hollywoodiana representa a América Latina em suas produções audiovisuais.

Palavras-chave: Ficção seriada transnacional. Hollywood. América Latina. Narcos. Representações.

ABSTRACT

This research aims to understand the relationship between transnational cinema and the North American productions that construct narratives about Latin America. For this, the first season of the Netflix's original series "Narcos" will be used as a research object to analyze how Colombia is represented in this context. This paper will consider concepts developed in the Cultural Studies of Néstor García Canclini and Jesús Martín Barbero. The transnational characteristics of Latin America within the fictional narratives, pointed out by Maria Lopes and Guillermo Gómez, will also be used to complement the theoretical basis of the research. The methodological protocol will follow the guidelines of Diana Rose, responsible for the method of Moving Images Analysis. Finally, through a study of the territorial representations and police characters of the series, episode by episode, the goal is to expose in what way the Hollywood industry represents Latin America in its audiovisual productions.

Key-words: Transnational cinema. Hollywood. Latin America. Narcos. Representations.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fluxos televisivos e proximidade cultural e linguística - <i>top ten</i> 2011.....	27
Figura 2 - Gêneros e horas transmitidos na programação de TV.....	29
Figura 3 - Ofertas de géneros en la programación de TV.....	32
Figura 4 - Temáticas en los diez títulos más vistos.....	35
Figura 5 - Pablo Escobar na Revista <i>Semana</i> , maio 1983.....	42
Figura 6 - Representação de laboratórios de cocaína no Chile, 1973.....	57
Figura 7 - Representação de Miami, 1979.....	57
Figura 8 - Murphy no aeroporto com a esposa indo para a Colômbia.....	59
Figura 9 - Murphy contando o número de narcotraficantes mortos pelo Grupo de Busca liderado por Coronel Carrillo.....	60
Figura 10 - Plano aéreo da Floresta Amazônica colombiana.....	61
Figura 11 - Plano seguinte dos laboratórios vistos do solo.....	62
Figura 12 - Representação das prisões na Colômbia.....	65
Figura 13 - Representação das prisões nos Estados Unidos.....	65
Figura 14 - Carrillo e Peña obtém informação de “Navegante”.....	68
Figura 15 - Imagem de arquivo retratando Miami.....	71
Figura 16 - Imagem de arquivo retratando Nova York.....	71
Figura 17 - Murphy falando sobre sua conquista em mostrar ao governo colombiano que Escobar não estava cumprindo a pena como deveria.....	74
Figura 18 - Muphy falando de Escobar para o telespectador.....	75

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 CONSUMO MIDIÁTICO E FICÇÃO SERIADA.....	11
2.1 Streaming - Netflix e o audiovisual transnacional.....	13
2.2 Produções Latino-americanas e produções sobre a América Latina.....	21
3 O MERCADO AUDIOVISUAL DO BRASIL, COLÔMBIA E ESTADOS UNIDOS - OS PAÍSES ENVOLVIDOS NA PRODUÇÃO DA SÉRIE “NARCOS”.....	28
3.1 O Brasil transnacional.....	28
3.2 A Colômbia transnacional.....	31
3.3 O Estados Unidos transnacional	34
4 AS NARCOSSÉRIES.....	39
5 “NARCOS” E SUA NARRATIVA.....	43
5.1 Contextualização da série.....	43
5.2 O estereótipo do latino-americano.....	48
5.3 A representação da América Latina em “Narcos”.....	49
6 METODOLOGIA.....	53
6.1 Análise de imagens em movimento.....	53
6.2 Adaptação do método para a análise de Narcos.....	54
7 ANÁLISE.....	56
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	77
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	83
APÊNDICE 1 - RELAÇÃO ENTRE AS REPRESENTAÇÕES TERRITORIAIS E A DIREÇÃO DE FOTOGRAFIA E DE CENA.....	87
APÊNDICE 2 - RELAÇÃO ENTRE OS PERSONAGENS E A DIREÇÃO DE FOTOGRAFIA E DE CENA.....	89

1 INTRODUÇÃO

Em um mundo de tantas etnias, culturas e nuances sociais e políticas, parece fácil se sentir representado. Cada vez mais, pessoas buscam a semelhança no próximo e se juntam para que suas vozes sejam ouvidas. O espaço onde esses debates acontecem já não se restringe ao físico, ele passou a ser virtual e hoje, mais do que nunca, encurta distâncias e tenta tornar público a realidade até daqueles que não estão inseridos nesse meio. Dentro deste cenário encontramos o audiovisual e a potencialidade de suas narrativas. O ambiente ficcional tem o poder de reproduzir identidades e gerar identificação por parte do público e, por consequência, também assume um papel de responsabilidade por aquilo que transmite.

Nesse contexto, a ficção seriada transnacional tem possibilitado o deslocamento de culturas, fazendo com que as diversas audiências nacionais atribuam significado àquilo que se está sendo consumido. Com isso, os países latino-americanos têm aumentado o número de coproduções com canais que também buscam tornar universal as suas vozes. O serviço de *streaming* tem tornado esse processo de transnacionalização mais ágil através do seu baixo custo - se comparado com os pacotes de TV à cabo - e do sistema *on demand*, onde o telespectador pode escolher o que quer assistir e quando quer assistir.

Mais de 100 milhões de pessoas utilizam a Netflix para consumir conteúdos, fazendo da plataforma o serviço de streaming mais famoso do mundo. Ao perceber seu alcance global, a Netflix passou a investir em suas próprias produções, abrindo espaço para aqueles que encontravam dificuldades em aprovar projetos audiovisuais nas empresas da televisão tradicional. *Narcos*, o objeto de estudo deste trabalho de conclusão de curso, é uma produção original da Netflix e foi capaz de tornar global a história do narcotráfico na Colômbia. A série conta com Wagner Moura interpretando Pablo Escobar e é narrada pelo agente do Departamento de Controle de Narcóticos, Steve Murphy - vivido pelo ator Boyd Holbrook. Retratando o recorte histórico colombiano das décadas de 1980 e 1990, a produção da Gaumont International Television foi roteirizada principalmente por Chris

Brancato, escritor e produtor norte-americano e dirigida por um mexicano, um colombiano e dois brasileiros - dentre eles José Padilha (*Tropa de Elite* e *Ônibus 174*).

O interesse em entender como as produções norte-americanas representam a América Latina no cinema, especificamente em *Narcos*, fez com que esta pesquisa tomasse forma e buscasse explorar os impactos dessas narrativas interpretadas pelo olhar estrangeiro. Miriam Rossini (2001, p. 18) afirma que o cinema externo à América Latina tem forte influência na forma como os latinos enxergam a sua própria história e cultura e reflete nas produções locais, fazendo com que os estereótipos criados se repliquem nesta região. Portanto é possível enxergar como a ficção seriada transnacional possibilitou maior visibilidade da cultura latina, mas também a padronizou, de maneira clichê, a ponto de seus próprios habitantes não enxergarem a sua cultura além daquilo que é transmitido nas telenovelas, séries e filmes.

Stuart Hall argumenta que a origem deste cenário está atrelada ao panorama pós colonial e a emergência do multiculturalismo. Em consequência disso, o audiovisual passou a ser multicontextual, permitindo múltiplas interpretações a partir de um único conteúdo. Os Estudos Culturais da América Latina desenvolvidos por Jesús Martín-Barbero e Néstor García Canclini também reforçam a ideia de “americanização” do mundo e criticam fortemente a homogeneização da cultura latina nos produtos audiovisuais estrangeiros.

Para complementar essas ideias, o conceito de consumo cultural, resultado da busca de identidade através do lazer, explicado por Henry Jenkins se faz presente na pesquisa, nos ajudando a compreender a dinâmica dos mercados midiáticos transnacionais. Com o intuito de analisar a trajetória das produções latino-americanas, teve-se como base os dados do Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva (Obitel), entre os anos de 2008 e 2016. Os coordenadores gerais da pesquisa, Maria Lopes e Guillermo Gómez, afirmam que cada país latino-americano possui um mecanismo individual que contribui para o desenvolvimento parcial do seu mercado audiovisual de ficção. Brasil e México, por exemplo, apesar de enfrentarem o controle midiático global dos Estados Unidos,

conseguem fortalecer o sistema transnacional através de suas grandes produções internas.

Em um segundo momento da pesquisa, o foco será identificar de que forma a primeira temporada de *Narcos* representa a América Latina e como se desenvolve na narrativa, a representação dos personagens e dos territórios, a construção dos enquadramentos e a construção do recorte histórico retratado. Ao relacionar o levantamento teórico com os dados expostos a partir da análise da primeira temporada da série, o objetivo passa a ser entender como se constrói a narrativa do narcotráfico na Colômbia, no contexto do consumo midiático e a ficção seriada transnacional, através do olhar hollywoodiano sobre a região.

2 CONSUMO MIDIÁTICO E FICÇÃO SERIADA

O ambiente em que a palavra “consumo” é utilizada nos leva a crer que seu significado esteja sempre associado aos gastos desnecessários e impulsos irracionais, quando, na verdade, ela pode ser englobada junto a um universo sociopolítico e psicológico da sociedade. Consumir vai além de satisfazer prazeres, pois ao exercê-lo o indivíduo é inserido em um “cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos meios de usá-lo” (Canclini, 1999, p. 78). Os sentidos dos bens não é interpretado apenas pela parcela da população que os adquire, mas pela sociedade como um todo. Por exemplo, quem não tem condições para comprar um imóvel também reconhece o seu significado sociocultural dentro deste cenário. O ato de consumir também passa a ser parte da construção de identidade do indivíduo.

Quando aplicamos tais práticas culturais para o uso da mídia, chegamos ao conceito de “consumo midiático”, que se renova e se transforma à medida que novas tecnologias se tornam acessíveis à população. Podemos citar a importância dos “vínculos eletrônicos” para uma releitura do conceito de consumo, onde o rádio, a televisão e o audiovisual de uma forma geral, reconstituem as conexões entre os seres humanos de maneira mais abstrata, nos conectando com o mundo transnacional que vivemos hoje. Segundo Néstor García Canclini (1999, p. 90) o valor mercantil dos bens consumidos é resultado das “interações socioculturais em que os homens os usam”.

Em um cenário de abundância de informação e de facilitação dos processos de distribuição da informação, no qual com apenas alguns cliques na tela do celular conseguimos saber o que acontece do outro lado do mundo, os processos de recepção dos conteúdos se ampliam e não necessitamos mais de um único dispositivo para acessar os conteúdos do nosso interesse. Canclini (1999, p. 164) afirma que esse cenário começou a se desenvolver na década de 1980. A abertura da economia dos países aos mercados globais e aos processos de integração regional foi diminuindo a função das culturas nacionais.

“A transnacionalização das tecnologias e da comercialização de bens culturais diminuiu a importância dos referentes tradicionais de identidade. Nas redes globalizadas de produção

e circulação simbólica se estabelecem as tendências e os estilos das artes, das linhas editoriais, da publicidade e da moda. Grande parte do que se produz e se vê nos países periféricos é projetada e decidida nas galerias de arte e nas cadeias de televisão, nas editoras e nas agências de notícias dos Estados Unidos e da Europa.” (Canclini, 1999, pág. 165).

Esse cenário se potencializa quando percebe-se que a cultura televisiva enquanto processo comunicativo que incentiva o consumo está atrelada ao cenário da cultura de convergência. Como apontado por Henry Jenkins (2009, p. 29), tal conceito trata do fluxo de conteúdos que circulam dentro das múltiplas plataformas de mídia. Os vários mercados midiáticos resultam em um comportamento migratório dos consumidores dos meios de comunicação que buscam o seu entretenimento desejado em qualquer plataforma digital. Vemos que a busca de identidade nos meios comunicacionais voltados ao lazer potencializam o consumo cultural. É o “valor simbólico prevalecendo sobre os valores de uso e de troca.” (Canclini, 1992, p. 34)

Esse é o universo em que o audiovisual contemporâneo se insere, e nele a grande maioria dos conteúdos produzidos e do entretenimento consumido ao redor do mundo vem dos Estados Unidos. Este predomínio de uma única cinematografia está intrinsecamente ligada a fatores econômicos. Os videoclubes que se instalaram na América Latina na década de 1980 são de origem estadunidense, assim como os serviços atuais de *streaming*. No que diz respeito à programação audiovisual de canais fechados na TV, a maioria dos filmes e *reality shows* que consumimos são produções norte americanas. Um dos motivos para o estabelecimento desse cenário é o desamparo financeiro sofrido por países latino-americanos (que será abordado mais à frente) em relação a produções cinematográficas. A falta de políticas nacionais para essa indústria faz com que a importação e distribuição das inúmeras produções norte-americanas se espalhe em território latino.

Apesar dos filmes estadunidenses lotarem as salas de cinema no mundo inteiro, a indústria cinematográfica passou por uma crise de perda de espectadores latino-americanos na década de 1980. Segundo dados da revista Filme B, em parceria com a Universidade Federal do Rio de Janeiro, o público de cinema no Brasil chegava a

aproximadamente 280 milhões em 1976. Este número caiu para 100 milhões de espectadores no início da década de 1980 e passou para 75 milhões durante toda a década de 1990. Já no México, os 410 milhões de espectadores que iam ao cinema em 1984, caíram para 170 milhões em 1991.

Esses dados representam uma outra forma de consumo midiático, agora exercido muito mais através da televisão e da internet. Isso não significa que uma extinção do cinema se aproxima. As sessões de pré-estreias continuam a esgotar ingressos, pois ainda existem traços culturais e de identidade associados ao consumo de filmes nas grandes salas escuras. Com a vinda do videocassete na década de 1980, o preço do aluguel de filmes custava menos que uma entrada de cinema. Além do baixo custo, alguns importunos como filas, insegurança urbana e gastos com transporte e alimentação poderiam ser evitados. Porém, de acordo com Canclini:

“o fato de o cinema - tradicional estímulo para se sair de casa e usar a cidade, lugar de tematização do urbano - se converter num impulso de recolhimento na privacidade doméstica indica uma mudança radical nas relações entre cinema e vida pública” (Canclini, 1999, p. 202)

Com o conforto de assistir algo em casa, surgem novas formas de consumo de entretenimento. As séries se estabeleceram nos canais de televisão e hoje, são massivamente assistidas nos serviços de *streaming*, como a Netflix, o Hulu e o Amazon Prime Video. Dentro deste contexto tecnológico, o próximo capítulo buscará explicitar como esses novos canais de transmissão de conteúdo se comportam dentro do universo de multimídia transnacional. O mercado de produção audiovisual latino-americano e a produção internacional sobre a América Latina também serão explorados com o objetivo de entender as formas de consumo da ficção seriada nesta região.

2.1 *Streaming - Netflix e o audiovisual transnacional*

Mesmo com os avanços tecnológicos das últimas duas décadas, a televisão ainda é o principal meio de comunicação nos Estados Unidos. O fenômeno do *streaming* que presenciamos hoje é decorrente do alto consumo televisivo em sua forma mais tradicional

de uso. A partir da década de 1970, surgiram emissoras como a HBO, TBS, ESPN, Nickelodeon e outras que trouxeram o conceito de multicanal e, conseqüentemente, passamos a consumir produtos televisivos segmentados.

Se o *broadcasting* das emissoras de televisão coordenava o público por meio da definição de horários e generalização dos conteúdos, a mídia segmentada vinha para quebrar a massificação e a homogeneidade dessa lógica pautada. De acordo com João Martins Ladeira (2016, p. 72), “o formato do século XXI preza pela multiplicidade” ou seja, “elaborar conteúdo passa a ser uma possibilidade aberta para todos.”

Com a pluralidade de materiais e os avanços tecnológicos, estendem-se as perspectivas de conexão. O *streaming*, então, entra em cena não para extinguir os multicanais, mas para competir com este segmento dentro das redes digitais. Ele se apropria das oportunidades para circulação, pautadas em uma dinâmica de excesso: mais tráfego, mais conteúdo e mais difusão (Ladeira, 2016, p. 94). Ora, o multicanal já trabalhava com a lógica de um certo exagero - onde não só os programas foram segmentados, mas também os canais que atendiam a demanda de públicos específicos - porém o serviço de *streaming* radicaliza essa prática, permitindo que a infinidade de conteúdos diferentes seja distribuída de forma ainda mais rápida.

O audiovisual no meio digital encontra vários benefícios para a sua propagação: a divulgação de conteúdo diferente do modelo rígido do *broadcasting*, um campo vasto de oportunidades para criar materiais, a multiplicação de plataformas (computador, smartphones, tablets) para a reutilização do entretenimento e o fluxo acelerado de informações que o ambiente virtual promove.

É possível observar que os suportes digitais (DVD, Blu-Ray, internet) criaram os “espectadores multimídia” que, segundo Canclini (1999), buscam o imediatismo nos produtos de entretenimento que consomem. Os neo-consumidores de vídeos são muito mais adeptos ao ritmo e fluxo das informações do que da trama em si. O *streaming* passa a ser uma experiência particular de segmentação. Partindo deste recorte, conseguimos compreender o sucesso da provedora de filmes e séries televisivas mais famosa do mundo: a Netflix.

Fundada em 1997 nos Estados Unidos, a empresa começou fazendo entregas de DVDs pelo correio. Comparado com locadoras genéricas, o sucesso do serviço se estabeleceu devido a acessibilidade do catálogo e a extensão geográfica alcançada pela atividade da entrega. Foi a partir de 2007 que a plataforma passou a investir no segmento de *streaming* e atualmente mais de 100 milhões de assinantes utilizam o serviço. Com o valor de uma locação de DVD, o consumidor poderia assistir a seis horas de conteúdo online. Devido ao escasso conteúdo audiovisual disponível na plataforma digital da época, logo a Netflix se associou à emissora Starz, garantindo assim acesso a materiais licenciados recentes, criados por grandes estúdios de sucesso. Essa nova forma de divulgação de entretenimento era encarada como um anexo à difusão convencional. “Licenciar conteúdo na internet, supunha-se, aumentaria o público para uma ficção seriada ainda em andamento. Disponibilizar acervos de temporadas anteriores incentivaria a experiência com o fluxo, acreditando numa relação complementar entre ambos” (Ladeira, 2016, p. 125).

Em 2013, a Netflix lançou a sua primeira produção original, o drama político *House of Cards*, que fez com que o serviço passasse de replicador de conteúdos já existentes para criador de séries e filmes de muito sucesso, competindo com grandes produtoras do mercado. Esse avanço mudou a forma como o *streaming* se comporta, pois mostra que a cultura televisiva ainda é valorizada, mas agora ela opera na plataforma digital, retirando dos serviços de cabo a exclusividade de conteúdo. Porém, a ficção seriada encontra dificuldades nas negociações. Os multicanais evitam o licenciamento de seus materiais para plataformas digitais, procurando manter o vínculo entre as emissoras e os difusores de cabo. É o caso da série *Game of Thrones*, onde a HBO nunca negociará seus direitos com a Netflix, com receio de perder o seu público para uma plataforma que funciona com um fluxo muito mais rápido de consumo de entretenimento.

Diferentemente da maioria dos canais da TV à cabo, ao lançar uma série, a Netflix libera todos os episódios da temporada de uma só vez. Isso faz parte de uma estratégia que envolve o imediatismo dos espectadores multimídia que foi comentado acima, e funciona muito bem. Tendo vários episódios disponíveis ao mesmo tempo, o consumidor

pratica o *binge watching*, ou seja, consome, de uma só vez, um conteúdo extenso. O que fideliza o público do *streaming* é o fluxo constante de outros materiais inéditos que também podem ser assistidos em um curto período de tempo. Ao contrário da TV que funciona à base de uma programação definida, os espectadores podem manipular os acervos da forma como quiserem e quando quiserem. A responsabilidade passa a estar na mão deles.

A vantagem encontrada pelo audiovisual no meio digital é a facilidade da coleta de dados através de softwares. O *streaming* é capaz de levantar estatísticas acerca dos gostos de seus usuários, mensurando assim, o que possivelmente faria sucesso na plataforma. A partir deste cenário, descartou-se a prática de apresentar um episódio piloto de *House of Cards* ao público para averiguar a audiência, por exemplo. Além da coleta de dados mais precisa, a Netflix também possui uma relação de tempo um pouco diferente do que a programação televisiva convencional. O sucesso do material não precisa ser atingido no momento do próprio lançamento. O que conta é a chance do conteúdo gerar novas assinaturas à longo prazo. Um assinante da Netflix que assistiu a temporada inteira de *House of Cards* e gostou, recomendará a série a um amigo - que se ainda não utiliza o serviço, será facilmente convencido pelo bom custo benefício que a plataforma oferece.

Em setembro de 2010, a Netflix passou a atuar também no Canadá. Em 2011, já estava presente no Brasil e em outros países da América Latina. No ano seguinte começou a operar no Reino Unido, Irlanda, Suécia, Dinamarca, Noruega e Finlândia; em 2013, na Holanda; em 2014, na Alemanha, Suíça, França, Áustria, Bélgica, Luxemburgo; em 2015, no Japão, Nova Zelândia, Itália, Austrália, Portugal e Espanha. Presente em mais de 17 línguas, o serviço fechou acordos de produção local em dez países, adaptando-se a culturas diferentes das estadunidenses.

Uma das regiões destacadas foi a América Latina. Até 2014, cinco milhões de assinantes eram latino-americanos e, segundo o chefe de comunicação global da Netflix, Jonathan Friedland, o Brasil passou a ser o terceiro maior mercado da empresa em 2018. Segundo Ladeira, “ao apropriar acordos exclusivos para distribuição, a Netflix se apresenta

como uma alternativa em termos de audiovisual. Introduz, para criadores, novas chances de distribuição” (2016, p. 138).

De acordo com o próprio site da Netflix, já são cinquenta produções originais inéditas ou em nova temporada provenientes da América Latina previstas até o fim de 2018.² Dentre as mais famosas estão *Club de Cuervos*, *La Casa de las Flores*, *Edha*, *Narcos*, *Samantha!*, *O Mecanismo* e *O Matador*.

A retratação da cultura desta região nas ficções seriadas tem cativado assinantes globalmente. É o caso da produção brasileira de ficção científica 3%, e o drama político *Ingobernable*, do México, que geram comunidades de fãs na Itália, Turquia, Coreia e Austrália. Claramente há um interesse econômico da Netflix ao atingir com suas produções originais públicos mais específicos, pois esta estratégia cria alternativas regionais para seus assinantes, mas, ao mesmo tempo, a iniciativa abre mais espaço para a ficção seriada transnacional.

Sempre houve uma separação ao se falar de cinema nacional, colocado como cinema próprio, e o cinema estrangeiro, colocado como cinema dos outros. Há cerca de vinte anos, o termo “cinema transnacional” nasceu para incluir os efeitos da globalização no mercado audiovisual. Um exemplo é o objeto de estudo desta pesquisa, a série *Narcos* (original da Netflix). Situada na Colômbia, com produção norte-americana, parte da direção brasileira e atuações que envolvem latinos e estadunidenses, o produto mostra a rapidez das dinâmicas de troca e das maneiras como a transferência cultural vem acontecendo dentro deste contexto.

De acordo com Andrew Higson, professor de cinema e televisão da Universidade de York no Reino Unido, a ideia de cinema nacional só faz sentido se inserido num contexto estático, onde não há crescimento algum.

“O problema com esta formulação é que ela tende a assumir que a identidade nacional e a tradição são totalmente formadas em um único lugar. Também tende a ignorar as fronteiras e assumir que elas são efetivas em conter desenvolvimentos econômicos e políticos, práticas culturais e identidades. Na verdade, as fronteiras são sempre penetráveis e existe um con-

² Número total se refere a projetos atuais e futuros, incluindo produções licenciadas e originais, lançadas a partir de agora até 2018.

siderado nível de movimento nelas (mesmo nos estados mais autoritários). É nessa migração, na travessia da fronteira, que o transnacional emerge” (Higson, 2006, p. 18-19).

Complementando aqui as ideias de Higson, as autoras Valdellós e Muñoz (2011) defendem que o conceito de cinema transnacional nos ajuda a entender a relação entre o global e o local, do ponto de vista dos produtos audiovisuais. Elas ainda apontam três extensões originárias da transnacionalidade do cinema. Primeiramente o conceito se relaciona com o pós-colonial, a dispersão dos povos e o exílio no cinema. Esta visão parte da problematização do conceito de nação e cultura nacional proveniente da ótica ocidental e eurocêntrica que sugere novas maneiras de representar a identidade cultural.

Segundo Stuart Hall (2003) o cenário pós-colonial é relevante para entendermos a emergência do multiculturalismo, pois produz condições para que o fenômeno ocorra.

“A globalização contemporânea é associada às formas transnacionais de produção e consumo, ao crescimento exponencial de novas indústrias culturais impulsionado pelas tecnologias de informação, bem como ao aparecimento da ‘economia do conhecimento’.” (Hall, 2003, p. 58)

O autor ainda reitera que a globalização é uma novidade contraditória. Dentro dela, o âmbito econômico e cultural é direcionado ao Ocidente e dominado pelos Estados Unidos, resultando em uma tendência cultural dominante de homogeneização. Esta proposta fortemente se relaciona com a segunda dimensão do cinema transnacional citada por Valdellós e Muñoz (2011). Ao analisar como o global e o local, e a homogeneidade e a heterogeneidade cultural se relacionam de acordo com os territórios geográficos, vemos que cada vez mais algumas identidades mais particulares estão chegando para tornar o cenário plural.

A partir destas ideias, é importante inserirmos o cinema dentro de uma visão de multicontextualismo. As identidades nacionais e locais só podem persistir quando as colocamos dentro do universo transnacional, onde há espaço para o diálogo de vários contextos. De acordo com Canclini:

“A identidade dinamizada por esse processo não será apenas uma narrativa ritualizada, a repetição monótona pretendida pelos fundamentalismos. Ao se tornar um relato que

reconstruímos incessantemente, que reconstruímos com os outros, a identidade se torna também uma co-produção” (Canclini, 1999, p. 168)

Essa nova forma de introduzir a identidade dentro do audiovisual também está atrelada ao conceito de frentes culturais proposto por González. Temos a possibilidade de compreender o desenvolvimento e a construção das várias formas e estratégias de convergência e integração simbólica através da perspectiva de conhecer como as nossas representações e sentimentos mais apreciados têm sido criados (2012, p. 136).

Colocando como a terceira extensão do cinema transnacional, Valdellós e Muñoz (2011) apontam as formas de distribuição online como responsáveis pela criação de “estéticas transnacionais”. Os filmes então, tentam mostrar um contexto maior que vai além das trajetórias individuais dos personagens, fugindo dos clichês e das narrativas hollywoodianas consagradas. Isso também vem se aplicando às ficções seriadas e, como resultado, vemos a criação de um vínculo entre o espectador e o produto audiovisual que ele consome. Quando os espectadores latinos assistem a série *Narcos*, eles claramente esperam um alcance de prazer estético, baseado nas grandes produções hollywoodianas já feitas pela Netflix, porém, por estarem consumindo algo que faz referência ao seu lugar de origem e à sua cultura, eles também tomam certa consciência política acerca do que está sendo transmitido.

Lopes e Gómez afirmam que o planejamento e a produção transmídia não refletem apenas nas transformações tecnológicas, elas também modificam as lógicas do mercado em relação à produção e o contato entre tecnologias, formatos, gêneros e audiências (2014, p. 73). O *streaming* encontra na plataforma digital a oportunidade de estabelecer conexões com públicos muito diversos, fazendo com que o audiovisual transnacional encontre mais brechas para se fazer presente.

Hamid Naficy (2001), pertencente à escola de Estudos Culturais relacionada ao cinema pós colonial de diáspora e exílio, defende o conceito de “cinema com sotaque”, ou seja, aquele proveniente dos cineastas desenraizados e desterrados que se apropriam de uma realidade transnacional. Nesta vertente, a produção cinematográfica é considerada

local e global, pois o cineasta se mantém fiel às culturas de seu lugar de origem, mas também, exalta as culturas de seu território atual. De acordo com o autor, os filmes com sotaque dão muito valor ao território, à geografia e às origens.

Em decorrência do cinema com sotaque na transnacionalidade audiovisual, nos deparamos com a recepção transnacional, que acaba sendo diferente da tradicional. Ao criarmos um sentimento de identificação com um filme ou série, passamos a nos tornar fiéis a estes produtos. A série *Narcos* se tornou um grande sucesso no Brasil. Parte disso vem da conexão de ter a sua nacionalidade representada na escolha do ator principal, Wagner Moura, que vive o narcotraficante Pablo Escobar. De acordo com Jesús Martín-Barbero, “boa parte da recepção está de alguma forma, não programada, mas condicionada, organizada, tocada, orientada pela produção, tanto em termos econômicos como em termos estéticos, narrativos, semióticos” (2009, p. 56). Porém existe o outro viés de receptividade que contrapõe as representações pré-construídas pelos produtores do entretenimento: a interpretação do público local. Para Bourdieu (1990, p. 5-6), “o novo campo de acolhida de uma obra, tanto quanto o campo de origem, incide na interpretação e faz emergir novas significações e novas formas de estratégias de uso, desvios e apropriações dos textos.” Portanto, os assinantes latinos da Netflix, por exemplo, têm interesse em verificar se a forma como o contexto sociocultural trabalhado na narrativa realmente se adequa às suas realidades vividas.

Percebendo ao potencial da ficção seriada transnacional e o grande público latino-americano a Netflix e passou a investir massivamente em produções que retratam esta cultura, isso vem modificando o cenário de produção audiovisual na América Latina. Se antes tais países lidavam com o desamparo financeiro e legal do governo para a realização de produções cinematográficas - o que fazia com o que a quantidade de “cinema estrangeiro” fosse inexpressiva e o cinema hollywoodiano se estabelecesse como padrão - hoje as plataformas como a Netflix funcionam como financiadoras e distribuidoras da ficção seriada transnacional.

Com o fechamento da Embrafilme (principal canal das ações do governo federal para o campo cinematográfico), da Fundação do Cinema Brasileiro e o Conselho Nacional de

Cinema na década de 1980, o mercado audiovisual brasileiro ficou sem apoio algum por parte do governo. Desde então, cineastas ainda encontram dificuldades de financiamento para a sétima arte. E é aí que a ficção seriada transnacional e as plataformas de streaming vem para facilitar a circulação de produções brasileiras e do restante da América Latina. A questão, colocada por Canclini (1999, p. 191) é “como conseguir, na atual industrialização e transnacionalização das comunicações, fazer com que os artistas mexicanos, argentinos ou colombianos possam se comunicar não só com mil ou dez mil compatriotas, mas também se inserir nos circuitos de um espaço cultural latino-americano, onde possam dialogar com as vozes e imagens que nos chegam de todo o planeta.” Ou seja, a transnacionalidade ainda encontra barreiras que impactam a representação de identidades principalmente dentro dos próprios países da América Latina.

2.2 Produções Latino-americanas e Produções sobre a América Latina

As narrativas ficcionais televisivas tornam-se protagonistas no processo de transnacionalização pois, através delas, o receptor consegue traçar paralelos com a sua realidade, gerando certo sentimento de identificação. Cresce, então, o número de coproduções entre países que buscam fazer uso do audiovisual para contar suas próprias histórias. O tema deste subcapítulo busca expor como se dá a comunicação audiovisual entre os países da América e qual o impacto econômico e sociocultural dessa transnacionalização ainda em desenvolvimento.

Pioneira nesse cenário, as telenovelas já têm se mostrado muito importantes. Um grande exemplo é a Rede Globo e seu vasto acervo de produções internas que buscam se aproximar da realidade do telespectador. A tática gera afinidade e torna aquele conteúdo parte da rotina do indivíduo, resultando em altos índices de audiência.

A partir dos estudos do Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva (Obitel), Lorenzo Vilches (2008) aponta quatro efeitos do processo de mundialização onde o

audiovisual se insere hoje: 1) a uniformização dos conteúdos decorrente da adaptação de formatos da ficção nacional e ibero-americana (aqui se incluem os países que faziam parte do Observatório em 2007: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Espanha, Estados Unidos - de língua hispânica - México, Peru e Portugal); 2) a confirmação de que a economia possui papel ordenador nesse processo; 3) e por consequência desse fator econômico, o mercado possui privilégios em todas as decisões sobre formas e conteúdos; 4) a presença de uma filosofia globalizadora, às vezes desigual, que atua junto às indústrias nacionais de ficção frente aos mercados internacionais.

Enxerga-se que a mundialização do audiovisual caminha lado a lado com a conquista de mercado.

“Se observamos a indústria da ficção em termos globais, encontramos uma grande mobilidade empresarial, uma constante política de fusões internacionais, uma tendência à deslocalização para baratear custos e favorecer a penetração na região, um dinamismo lento, porém inexorável produzido pela convergência entre o analógico e o digital, assim como uma certa especialização nacional na produção de conteúdos, gêneros e formatos.” (Vilches, 2008, p. 24)

O contexto é aplicável para a cidade de Miami, produtora de telenovelas que são distribuídas na América Latina e no resto do mundo. O caso contrário também acontece, juntamente com outras cidades dos Estados Unidos, ela é grande consumidora da ficção que vem do México. Essas manobras mercadológicas, fortemente impulsionadas pela convergência tecnológica, também se desdobram na América do Sul. O Brasil, que estreou na *HBO Latin America* com a série *Mandrake* (2005), também marca presença em Portugal através da Globo para a televisão a cabo. Em 2017 também resolveu importar conteúdo estrangeiro para as telas de cinema. O livro de tirinhas “Mulheres Alteradas” (2000), da argentina Maitena Burundarena, foi adaptado para um longa metragem que aborda os diferentes problemas enfrentados por quatro mulheres.

Falando especificamente do audiovisual brasileiro, não é tão comum a importação de materiais internacionais deste país como nos outros latino-americanos. O investimento anual destinado a ficção é alto e permite uma grande produção de materiais nacionais,

principalmente telenovelas e minisséries. Ao contrário da Argentina, que possui grande potencial criativo, mas se encontra em um sistema econômico televisivo instável, fazendo com que o país importe a maioria das ficções que consome.

Claramente a economia move grande parte da transnacionalização das ficções seriadas latinas, mas também conseguimos comentar sobre elas partindo do viés da “realidade convertida em imaginação” (Vilches, 2008, p. 41). Pensar a televisão, também é pensar no cinema e na literatura e em como estes três elementos se unem para amenizar, através da ficção, os pensamentos negativos atraídos por problemas econômicos, políticos e sociais. Nela, podemos consumir todos esses aspectos trazidos pela vida em sociedade, porém com uma perspectiva diferente, muitas vezes dramática ou cômica.

De acordo com Vilches (2008, p. 42), a ficção televisiva se torna uma forma de “fortalecimento do sentimento nacional”. Mesmo quando uma narrativa se distancia da época em que vivemos hoje, como por exemplo a telenovela medieval da Rede Globo *Deus Salve o Rei* (2017-2018), onde é possível enxergar conflitos diários com o qual nos identificamos. Este cenário de associação de realidade também influencia na quantidade de exportação e importação de formatos (comentado acima, partindo da perspectiva econômica), contribuindo com o desenvolvimento da transnacionalização da indústria. Do ponto de vista criativo, esse movimento também gera aprendizado e especialização da equipe envolvida. No Chile, o processo de desenvolvimento de roteiros se aprimorou graças às numerosas adaptações de telenovelas brasileiras no país.

Para falar de uma redesignação de espaços, práticas, fluxos e produtos midiáticos, Chalaby (2005), aponta o surgimento de um novo cenário, com novas instituições regionais midiáticas e o aumento da fluidez de populações que cresceram em número e visibilidade das audiências transnacionais. Dentro deste contexto, a transnacionalização se torna sinônimo de cosmopolitização, pois reestrutura “a relação entre o local, o nacional, o regional e o global por meio da nova e complexa rede de corporações midiáticas, produtos e audiências” (Chalaby 2005, p. 31).

Quando falamos do ambiente global no qual estamos inseridos, pensamos em quebra de fronteiras e encurtamento de distâncias. Ora, o meio transnacional do audiovisual

também parte do mesmo princípio, pois as populações emergentes buscam romper com a totalidade global midiática, baseada na supremacia de materiais audiovisuais provenientes dos Estados Unidos. Dessa forma, de acordo com Schiller (1991), a emergência de mídias mais desiguais surgem a partir destas instituições regionais que “permitiu questionar a ideia imperante de um sistema de relação unidirecional centro-periférica, postulada pela perspectiva do imperialismo cultural.” A audiência exerce papel fundamental neste panorama pois se guia pela noção de proximidade de cultura, fazendo com que se reconheça o efeito do regional no local ou no nacional (Straubhaar, 1991).

Estudar o panorama transnacional da ficção televisiva nos permite relacionar a indústria, os conteúdos e audiências. Dentro do universo latino-americano, existem relações de poder impostas pelas indústrias fortes, principalmente Estados Unidos, mas que podem resultar em aspectos positivos, como o desenvolvimento de estratégias, por parte dos países da América Latina, para fortalecer os seus mercados internos. Também é possível apontar nexos importantes entre as empresas da indústria da ficção a partir de sua transnacionalização. Os países latino-americanos passam a recorrer:

(1) à adaptação de características que tiveram êxito em outros países, destacando-se o papel da Argentina e da Colômbia como produtores de histórias para os países de fala hispânica, e do Brasil, cada vez mais, em relação a Portugal; (2) à constituição de elencos multinacionais como chamariz comercial; (3) ao estabelecimento de modelos de coprodução para a realização ou adaptação de ficções; e (4) ao financiamento e criação de centros de produção fora dos países de origem, como fez a Rede Globo ao inaugurar, nesse ano de 2011, uma sede europeia em Lisboa (Lopes e Gómez 2012, p. 76).

Cada país latino-americano possui um mecanismo individual que contribui para o desenvolvimento parcial do seu mercado audiovisual de ficção. O Chile, Uruguai, Equador e Venezuela, por exemplo, produzem audiovisual em seu mercado interno, caracterizando-os assim, de acordo com Lopes e Gómez (2012, p. 77) como “receptores e importadores de produtos televisivos”. Suas grades de programação precisam ser

preenchidas por materiais externos. Porém, por se dedicarem à produção interna, esses países possuem certa tradição em representar suas identidades próprias nas séries e telenovelas, retratando de forma muito íntima a sua realidade. No caso do Brasil, México e Colômbia, é interessante notar que esse cenário toma notoriedade nacional, mesmo que cada um desses países sejam grandes exportadores de conteúdo.

Lopes e Gómez (2012, p. 78) apontam que essas características fizeram com que países como Brasil e México conseguissem redesenhar estruturas de transnacionalização que, dentro do panorama audiovisual latino-americano, enfrentam o controle global dos Estados Unidos no mercado da ficção. Em 1970, o Brasil vendeu para o Uruguai a telenovela *O bem-amado*, iniciando seu sistema transnacional. A Rede Globo, então, passou a exportar inúmeras ficções televisivas nas décadas seguintes, sem perder sua qualidade técnica e narrativa. O fortalecimento do mercado interno brasileiro se dá, também, pela fortificação de seu espaço cultural, sempre reafirmando as raízes nacionais. Sua estratégia, controlada pela Rede Globo, já resultou em coproduções com Portugal (SIC) e Estados Unidos (Telemundo), este último focando nos mercados de fala hispânica.

Já o México cada vez mais importa produtos visuais e, por isso, perdeu um pouco o contato próximo, traduzido pela narrativa local, que tinha com os seus telespectadores. A “necessidade” da busca do estrangeiro surge pela proximidade geográfica com os Estados Unidos e a crescente migração de mexicanos e latinos para este país. O fluxo migratório estimula a transnacionalização da ficção mexicana, que passa a ser produzida nos Estados Unidos, e continuamente direcionada para este público que se mantém fiel ao consumo de produtos culturais criados em sua língua materna (Lopes e Gómez, 2012, p. 79).

De acordo com estimativas do Censo, em 2016 o número de latinos em solo estadunidense chegou a 57,7 milhões de habitantes. Canclini (2003, p. 98) afirma que “as economias latino-americanas se tornam ‘parte vital do mercado americano’”, gerando novas maneiras de conhecimento recíproco. As culturas desses dois países se entrelaçam e dão abertura para intercâmbios tecnológicos e migratórios que mudam as conexões socioeconômicas e as narrativas de ambos os lugares. Aqui é possível enxergar os

aspectos positivos da transnacionalização, como a maior visibilidade da cultura latina perante o mundo, mas, também, o aspecto negativo da interpretação dessas histórias pelos olhos do colonizador, que acaba sendo aquele que domina o mercado audiovisual mundial.

“A questão de como o espaço latino-americano está sendo reconfigurado em um espaço euro-americano ou inter-americano é exposta de diferentes maneiras na economia, na mídia, na cultura de elite e na cultura política. Os Estados Unidos são agora o ponto de referência dominante no desenvolvimento econômico e na comunicação audiovisual.”
(Canclini, 2003, p. 97)

Foi nos anos de 1960 que a Televisa do México estabeleceu nos Estados Unidos a Spanish International Communication Corporation e Spanish International Network Sales, estrelando a presença estadunidense na indústria ficcional voltada ao público latino. A telenovela era o principal produto comercializado pelo México para os Estados Unidos. Este cenário mudou com o nascimento de duas empresas latinas de televisão criadas nos Estados Unidos: a Univisión e a Telemundo. Segundo acordo válido até 2025, a Televisa, empresa mexicana, se comprometeu a ceder materiais de entretenimento para a Univisión com exclusividade para o mercado hispânico. Em contrapartida, a Univisión fornece privilégios para a Televisa de acordo com os pontos de audiência que os programas mexicanos alcançam nos Estados Unidos. Esta relação de codependência entre os dois países gera altos lucros para a Televisa e mostra como os métodos transnacionais entre uma indústria forte e outra emergente se comportam.

Este exemplo também pode ser aplicado a países como Chile, Uruguai, Equador e Venezuela, que também possuem uma indústria ainda em desenvolvimento e usufruem de esquemas de coprodução para consolidar seus mercados. Na tabela abaixo é possível visualizar como o poder de comercialização se dá entre os países latino-americanos, de acordo com um levantamento feito em 2011.

Fluxos televisivos e proximidade cultural e linguística - <i>top ten</i> 2011		
	Países dos quais se importa a ficção	Países para os quais se exporta a ficção
Argentina	México, Colômbia e Brasil	México, Colômbia, Venezuela, Equador, Uruguai, Estados Unidos e Chile
Brasil	-----	México, Argentina, Colômbia, Venezuela, Equador, Uruguai e Chile
Chile	-----	-----
Colômbia	México, Estados Unidos, Chile	Argentina, Colômbia, Venezuela, Equador, Uruguai, Estados Unidos e Chile
Equador	México, Brasil, Colômbia e Argentina	-----
Espanha	México, Brasil e Estados Unidos	México, Colômbia e Estados Unidos
EUA	-----	México, Equador e Venezuela
México	Argentina, Colômbia e Estados Unidos	Argentina, Colômbia, Venezuela, Equador, Uruguai, Estados Unidos e Chile
Portugal	Brasil	Brasil
Uruguai	Brasil, México e Argentina	-----
Venezuela	México, Brasil, Colômbia e Argentina	-----

Figura 1: Transnacionalização da Ficção Televisiva nos Países Ibero-americanos (2012, p. 85)

De acordo com Lopes e Gómez (2012, p. 98), a partir destes dados é possível concluir que a conexão transnacional entre estes países se estabelece através do compartilhamento de fronteiras, “o que em si, propicia trocas culturais e comerciais intensas”, como é o caso de Brasil e Uruguai, Estados Unidos e México; e Colômbia e Venezuela. Porém, não podemos deixar de lado o idioma como facilitador do câmbio econômico no mercado de entretenimento. A exportação de telenovelas brasileiras à Portugal é um bom exemplo disso. Também é importante lembrar que frente a essas trocas transnacionais estão as grandes detentoras das produções audiovisuais: Rede Globo no Brasil, Televisa no México e as principais exportadoras tradicionais dos Estados Unidos (HBO, Disney, MTV, etc).

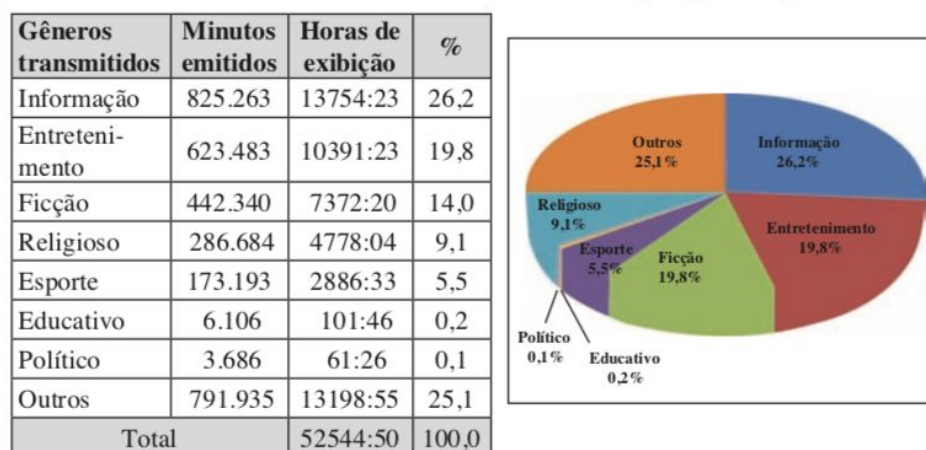
3 O MERCADO AUDIOVISUAL DO BRASIL, COLÔMBIA E ESTADOS UNIDOS - OS PRINCIPAIS PAÍSES ENVOLVIDOS NA PRODUÇÃO DA SÉRIE “NARCOS”

Em entrevista para a Folha de S. Paulo (04 de fevereiro de 2018), José Padilha, diretor de *Ônibus 174*, *Tropa de Elite 1 e 2*, *Narcos* e *O Mecanismo*, afirma como é difícil ser cineasta no Brasil. Realocado em Los Angeles, ele critica a falta de uma política estruturada para o setor audiovisual brasileiro. “Tudo indica que vou fazer mais audiovisual sobre o Brasil nos próximos três, quatro anos do que fiz em toda a minha vida. Todos projetos financiados por empresas americanas e exibidos no mundo inteiro, o que nunca conseguiria no Brasil.” Partindo deste panorama, o presente capítulo debate como a Colômbia, Brasil e Estados Unidos administram suas respectivas indústrias de entretenimento, principalmente para o mercado externo, projetando suas ideias para um público global.

3.1 O Brasil transnacional

O ano de 2016 no Brasil foi marcado pelo agravamento da crise econômica, que teve início no ano anterior, e momentos difíceis na política com o impeachment da presidente Dilma Rousseff. Ao mesmo tempo, nosso país foi, pela primeira vez, palco dos Jogos Olímpicos. Esses acontecimentos influenciaram fortemente o campo audiovisual pois, pelo possível corte de despesas com lazer fora de casa e o aumento da oferta das telenotícias, houve um crescimento de 3,5% no tempo médio diário em que os indivíduos consumiram TV aberta.

Segundo pesquisa levantada pela *Kantar Ibope Media* (2016), os três gêneros mais consumidos neste ano foram programas de informação, seguido pelo entretenimento e ficção. “A soma dos três gêneros televisivos corresponde a 60% das horas exibidas na TV e constitui a base da programação da TV aberta brasileira (Lopes e Greco, 2016, p. 96).

Gráfico 2. Gêneros e horas transmitidos na programação de TV

Fonte: Kantar Ibope Media – Media Workstation

Figura 2: *(Re)Invenção de Gêneros e Formatos da Ficção Televisiva (2017, p. 138)

Apesar do aumento do consumo do telejornalismo devido ao cenário em que o Brasil se encontrava, as telenovelas fecharam o ano com mais audiência que os conteúdos informativos. O que contribui para essa estatística é a forma transmidiática que o brasileiro passou a assistir ao entretenimento, utilizando plataformas como o *Globo Play*, por exemplo. As telenovelas brasileiras possuem um caráter popular que tenta incluir novas vozes desde que a ascensão da classe C se tornou expressiva com o aumento do consumo das redes sociais em 2011. Os indivíduos pertencentes a esta categoria querem se ver retratados nas “três telas” (celular, TV e computador).

Não é a toa que as produções brasileiras de entretenimento sempre retratam a classe C em um dos núcleos de suas narrativas e procuram manter a verossimilhança da vida real no cotidiano dos personagens. Segundo dados do *Obitel Brasil* (2017), as relações familiares, preconceitos raciais e de classe, abandono de menores, corrupção, revelação de identidade, disputa entre classes sociais, bastardia, vingança e adultério são temas que refletem um bom índice de consumo das telenovelas. Porém, a TV Globo também tem focado em narrativas que antes eram consideradas tabu na mídia, como a homossexualidade, transexualidade, pedofilia e violência doméstica. Assim, as temáticas sociais abordadas na ficção podem gerar debate fora das telas, tendo o poder de conscientizar a população acerca destes temas.

As operadoras de TV paga também se aproveitaram do aumento do consumo televisivo da classe C e passaram a oferecer pacotes de TV por assinatura, telefonia fixa e internet com preços mais acessíveis. Segundo Lopes e Mungoli (2012, p. 135), “uma nova mudança cultural imediatamente notada foi a substituição na grade dos canais pagos de um grande número de programas estrangeiros legendados por programas dublados (filmes e série, principalmente).”

Um dos grandes desafios enfrentados pela TV paga é competir com os serviços de *streaming* como a Netflix, que também possui uma mensalidade acessível (R\$ 27,90 por mês). A partir disso surgiram plataformas como o *Now*, portal exclusivo de filmes para assinantes Net e o *Muu*, com conteúdos online dos canais Globosat. Tais meios permitem que o telespectador tenha acesso a conteúdos internacionais mais diversificados, visto que a concessão pública governamental, regulamentada em 2010 pela Ancine, exige que 70% do capital audiovisual brasileiro seja de origem nacional. Inclusive a Agência Nacional de Cinema tinha a intenção de levar a condição de “cota mínima nacional” também para a Netflix e Amazon Prime Video. A exigência era de que pelo menos 20% das produções disponibilizadas pelos canais de *streaming* fossem nacionais. Até o momento, a proposta não foi aprovada pelo Conselho Superior do Cinema.

Em março e abril, a Netflix lançou doze produções brasileiras na plataforma. Dentre elas estão a segunda temporada de *3%*, primeira série original nacional do streaming e *O Mecanismo*, dirigida por José Padilha, que retrata a operação Lava Jato. Dentre os outros lançamentos encontramos um documentário, três filmes e seis produções de conteúdo infantil. No geral, as narrativas focam em temas bem brasileiros, traçando uma perspectiva nacional de diversos pontos de vista, porém os gêneros são dos mais diversos. Além da Netflix, a Rede Globo está trabalhando na série *Assédio*, baseada na história do médico Roger Abdelmassih que estuprou várias de suas pacientes. A produção tem por objetivo competir no *streaming*, portanto a série só será disponibilizada na plataforma Globo Play. A TNT também apostou em uma primeira produção nacional recentemente: a série *Rua Augusta*. A atriz Fiorella Mattheis vive Mika, uma prostituta que

ganha a vida dançando em uma boate da capital paulista. A narrativa tem como foco central as casas noturnas, englobando, também, o cenário das drogas.

Outro canal da TV paga, a Fox, que já vem investindo em produções nacionais como a série *Me chame de Bruna*, lançará este ano *Ouro Branco*, seriado baseado na guerra contra o narcotráfico no Rio de Janeiro na década de 1990. A escolha do tema da violência baseada em fatos históricos pode estar atrelado ao sucesso de produções como *Narcos*, que, ambientada na Colômbia, possui o mesmo fio condutor narrativo, retratando a vida de Pablo Escobar. Para o futuro, a HBO pretende lançar uma biografia de Santos Dumont e o canal Space contará a história do lutador Popó e sua relação conturbada com o irmão Luís Cláudio. Ambos os lançamentos estão previstos para o ano de 2019.

Através deste breve panorama exposto, percebemos que a internacionalização da ficção televisiva brasileira se alastra através da exportação de roteiros e formatos e da penetração das produções nacionais em canais de TV fechada e serviços de *streaming* de grande popularidade. O aumento da participação do Brasil em prêmios internacionais também aponta indicadores significativos de transnacionalização. A produção nacional tem se destacado em importantes festivais como Cannes (França), Rotterdam (Holanda) e Berlim (Alemanha). *Aquarius*, longa metragem do pernambucano Kleber Mendonça, foi indicado ao prêmio mais importante de Cannes em 2016, o Palma de Ouro, quebrando um vácuo de oito anos de filmes brasileiros longe do festival. Este ano, a Holanda selecionou um recorde de quinze títulos brasileiros e o Berlinale, festival da Alemanha, selecionou doze filmes nacionais. Estes números apontam o aprimoramento e valorização da produção audiovisual brasileira, que agora se estende além do sucesso das telenovelas da TV aberta.

3.2 A Colômbia transnacional

Se traçarmos um paralelo dos grandes acontecimentos sociais da Colômbia com o cenário audiovisual do país, também encontraremos similaridades com o panorama brasileiro. Em 2016, o povo colombiano viveu um processo de paz com as FARC (Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia) que resultou no ganho do prêmio Nobel pelo

presidente Santos e seus atletas tiveram um bom desempenho nos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro. Este ambiente propiciou um espaço de maior consumo de notícias, focando nas novas conquistas do país.

De acordo com pesquisa do Ibope Colômbia (2016), o ranking dos gêneros transmitidos se assemelha aos do Brasil no mesmo ano. O primeiro lugar é ocupado pelos programas de informação, seguido pela ficção e entretenimento.

Gráfico 3. Oferta de géneros en la programación de TV

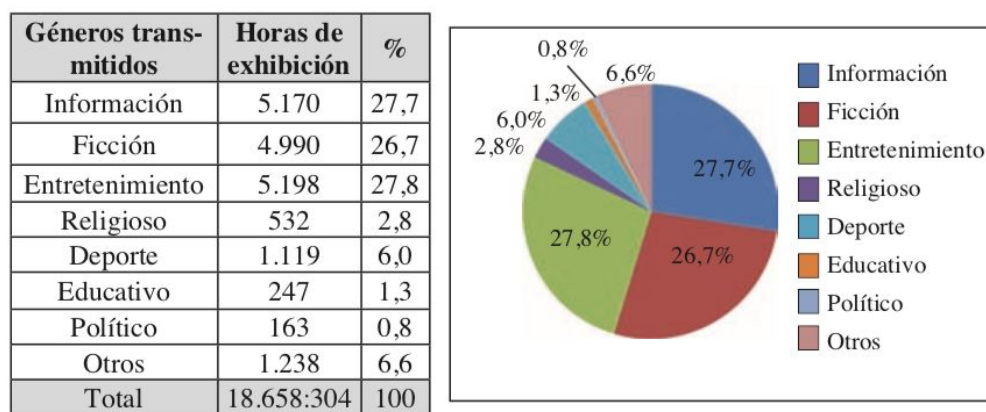


Figura 3: *Uma década da ficção televisiva na Ibero-América. Análise de dez anos do Obitel (2007-2016), (2017, p. 161).

Os canais privados continuam sendo a primeira escolha dos colombianos para o consumo desses gêneros e, segundo dados do Obitel (2016), são os preferidos da audiência por oferecerem uma alta variedade de programas.

Uma informação importante levantada pelo Observatório é de que, dentro da ficção, as séries são mais populares que as telenovelas na Colômbia. Dentre os dez títulos nacionais mais consumidos no ano de 2016, somente três são telenovelas. Os outros sete correspondem ao formato de série. O sucesso também se alastra no mercado global. Algumas produções como *Betty, la fea*; *Café con aroma de mujer*; *En los tacones de Eva* e *La hija del mariachi* tiveram grande audiência ao redor do globo.

Já, como no Brasil, as narrativas mais presentes são as que se assemelham à realidade dos telespectadores: corrupção, conflitos familiares e narcotráfico. Porém também há espaço para construções sobre racismo, violência e outros conflitos sociais

ambientados em épocas anteriores. *La Niña* trata de problemáticas socioeconômicas que giram em torno de conflitos armados, *Las Hermanitas Calle* aborda a pobreza, desigualdade social e laços familiares e *La Esclava Blanca* tem como foco central a escravidão, racismo e opressão.

Como afirma Martín-Barbero (1992, p. 42), as temáticas realistas retratadas nas telenovelas dos anos 1990 foram um lugar onde as regiões, com suas diversidades, buscas e identidades culturais se “manifestaram, emergiram e realimentaram o sentido do nacional.” Dentro deste panorama, nasceu o termo *narconovela*, como uma forma particular do país de retratar algo que estava acontecendo em seu território. O narcotráfico continua sendo tema de grande popularidade dentre as séries ambientadas na Colômbia, fazendo grande sucesso em outros países. Veremos mais à frente os aspectos ligados a este cenário e à série *Narcos* (2015).

“Em síntese, a ficção televisiva no país durante a [última] década mostra a clara tendência de posicionamento - acreditamos que por um bom período - do formato de série, pela riqueza expressiva e criativa que lhe é inerente, pela capacidade deste formato de abordar os imaginários e sensibilidade dos públicos e recriar com êxito o que é motivo de atenção e interesse coletivo no cotidiano social; além da inquestionável vantagem econômica e a rentabilidade associada a este produto no mercado audiovisual global.” (Bohórquez e Díaz, 2016, p. 185)

Não se pode deixar de lado as coproduções colombianas que têm impactado o mercado cinematográfico internacional. Os grandes canais nacionais possuem acordos com grupos como Sony, Fox e Disney. A Caracol, rede da TV aberta, estabeleceu relações com a produtora independente Dynamo com fins de produção de conteúdo para a Netflix. A expectativa é que em 2019, o *streaming* produza a primeira série original colombiana, ainda sem nome definido. Em parceria com a Dynamo, que coproduziu a série *Narcos*, a narrativa será ambientada na fronteira entre Brasil e Colômbia e contará a história de uma detetive tentando solucionar uma série de assassinatos ocorridos na Amazônia.

A Colômbia também vem sendo palco de produções hollywoodianas. O governo colombiano já aprovou 35 projetos de cinema internacional que pretendem utilizar o país como cenário principal. Recentemente filmes como *American Made*, *Jungle* e *Loving Pablo*, estrelando respectivamente Tom Cruise, Daniel Radcliffe e Penélope Cruz foram gravados em Bogotá. A abertura ao cinema internacional também contribuiu para o reconhecimento das produções locais. Em 2016, o longa metragem *O abraço da serpente* foi indicado a melhor filme estrangeiro, no Oscar.

Outros setores que também se beneficiam dessa transnacionalidade audiovisual é o turismo e a cultura. A vinda de grandes produções para o país movimenta a economia local e estimula o ambiente mais calmo e agradável vivido pelo país após uma violenta fase causada pelo narcotráfico na década de 1990.

3.3 O Estados Unidos transnacional

A promessa de onze milhões de imigrantes deportados marcou a campanha eleitoral de Donald Trump no ano de 2016. Os canais hispânicos, através dos noticiários, fizeram questão de manter uma forte cobertura de todo o processo, incentivando o povo latino a votar. É importante relembrar este cenário, pois o contexto audiovisual do país constrói parte de seus pilares com base em uma audiência latina que ultrapassa a marca dos 57 milhões de habitantes em solo estadunidense. Lembrando que a narrativa mais utilizada nas telenovelas é a realidade próxima do telespectador, atrelada a um conjunto de fatores que gere identificação com o conteúdo, os Estados Unidos importa muito material audiovisual da América Latina e também os produz para suprir a necessidade dessa população específica, fazendo com que eles continuem consumindo televisão.

Em 2011, o México foi o país que mais exportou conteúdo para a televisão hispânica dos Estados Unidos. O segundo lugar foi ocupado pela Colômbia, representando 14% do total da programação de estréia (Obitel, 2012). Neste ano, a telenovela era o produto mais consumido, seguido das séries ficcionais. É importante pontuar que, dentre as dez produções mais vistas, oito vinham da Televisa México. Porém, se comparada com o ano

anterior, ela perdeu duas posições para as coproduções hispano-norte-americanas. Isto mostra o início de uma mudança marcante para a indústria cinematográfica transnacional.

Ao final do ano de 2016, o México manteve-se como o principal provedor de programação, representando o consumo de 39% do conteúdo, seguido por 30% da produção nacional de materiais voltados para o público latino nos Estados Unidos. A Colômbia então caiu para o terceiro lugar, com oito títulos de ficção (13%) e o Brasil apareceu em quarto lugar, com seis títulos (9%). Em termos de formato, a telenovela continuou sendo o produto de consumo favorito (79%), seguida das séries (21%). Dos dez títulos mais vistos no ano de 2016, cinco eram coproduções hispano-norte-americanas. Apenas duas foram importadas do México e os outras três eram originárias da Argentina, Chile e Espanha. Em cinco anos foi possível notar que os conteúdos hispânicos transmitidos nos EUA já não são quase que exclusivamente mexicanos. Houve um aumento da produção nacional, como também a entrada de outros países neste nicho da indústria (Obitel, 2017).

Em relação às temáticas trabalhadas por esses títulos, os laços familiares foram abordados em quase todas as produções, juntamente com narrativas de cunho mais dramático, como tráfico de pessoas, crime organizado, vingança, etc.

Tabla 9. Temáticas en los diez títulos más vistos

	Título	Temáticas dominantes	Temáticas sociales
1	<i>Hasta que te Conocí</i>	Pasión por la música, familia, amor, rivalidad.	Diferencia entre clases sociales, superación personal.
2	<i>Yo no Creo en los Hombres</i>	Asesinato, familia, acoso sexual.	Responsabilidad económica después de la muerte del padre por medio de aprender un oficio.
3	<i>Pasión y Poder</i>	Rivalidad, familia, decepción, amor, infidelidad.	Diferencia de clases sociales, corrupción corporativa.
4	<i>Señora Acero 2</i>	Crimen organizado, amor, familia.	Envidia, ambición, rivalidad, justicia, competencia.
5	<i>Vino el Amor</i>	Familia, amor, deportación, inmigración, rivalidad.	Diferencia de clases sociales, envidia, ambición, traición.
6	<i>Señora Acero 3: La Coyote</i>	Inmigración, tráfico de personas, amor, familia.	Envidia, ambición, rivalidad, justicia, competencia.

7	<i>El Señor de los Cielos 4</i>	Venganza, familia, crimen organizado, lealtad.	Corrupción de la policía y los políticos, tráfico de drogas.
8	<i>Muchacha Italiana Vino a Casarse</i>	Inmigración, amor, fidelidad, ambición, enfermedad.	Diferencia de clases sociales, diferencias culturales.
9	<i>El Hotel de los Secretos</i>	Familia, amor, ambición, misterio, muerte, traición.	Diferencia de clases sociales, misterio, traición.
10	<i>El Chema</i>	Familia, crimen organizado, lealtad, amor.	Corrupción de la policía y los políticos, tráfico de drogas.

Figura 4: *Uma década de ficção televisiva na Ibero-América. Análise de dez anos do Obitel (2007-2016), (2017, p. 275)

De acordo com Juan Piñon (2012, p. 390), “a heterogeneidade dos grupos sociais que constituem a população hispânica, junto com o assumido valor de mercado de alguns grupos sobre outros, historicamente tem estado refletida nas políticas de produção e programação das redes televisivas.” A relação assimétrica causada pelo conjunto de pessoas, capitais, mídias e tecnologias nas Américas se encontram nos Estados Unidos, formando um cenário sociocultural-midiático muito rico e único.

É perceptível que a necessidade de atender ao público latino nos Estados Unidos com um entretenimento que remeta a suas raízes e vivências, tem influenciado os próprios norte-americanos. As *narconovelas*, por exemplo, hoje são muito populares no formato de séries e, não só são consumidas pela população nativa dos Estados Unidos, como são produzidas por grandes empresas do país. Dentro deste panorama, encontramos o sucesso de *Narcos* e tantos outros seriados originais da Netflix que possuem uma narrativa ambientada na América Latina: *La Reina del Sur*, *Club de Cuervos*, *Edha*, *O Mecanismo*, *La Niña* e *Juana Inés*, por exemplo.

Esse panorama transnacional da indústria televisiva hispânica, segundo Piñon (2012, p. 399), possui dois eixos fundamentais: o primeiro é demográfico, relacionando a “oferta programática com a proporção populacional dos diferentes grupos étnicos nacionais denominados como latinos”; e o segundo engloba as características da indústria audiovisual na origem da produção, incluindo o valor de mercado de audiências distintas, “que têm privilegiado algumas audiências de latino sobre as outras, dando como resultado a enorme visibilidade de grupos como colombianos, espanhóis, venezuelanos, cubanos,

argentinos, e a quase invisível presença dos dominicanos, porto-riquenhos, salvadorenhos e guatemaltecos, entre muitos outros.”

Este cenário de exportação de conteúdo latinoamericano para os Estados Unidos e a consequente produção estadunidense sobre a América Latina para alimentar este mercado dentro do próprio país, reforça certos conceitos culturais com os quais estamos acostumados. De acordo com Ortiz (1994, p. 90), a hegemonia norte-americana dentro do campo da indústria cultural é muito forte, chegando a “dominar a produção e a distribuição mundial da dramaturgia televisiva, filmes e publicidade.” Segundo ele, a centralidade do imperialismo não é questionada em nenhum momento, pelo contrário, ela se consolida através de estratégias de dominação (1994, p. 92). Ao mesmo tempo, o autor também critica a visão da “americanização”, dizendo que não se pode esquecer de analisar a globalização enquanto processo quando se discute o alastramento dos materiais estadunidenses para o mundo.

Jeremy Tunstall (1977) complementa este pensamento dizendo que a fonte organizacional midiática se concentra nos Estados Unidos e opera a base de comércio e tecnologia. Juntamente com a indústria cultural que, segundo ele, se desenvolveu na região norte-americana, veio o conceito de uma cultura sedutora que possui um potencial de universalização muito grande. Sendo assim, o fato dos Estados Unidos ter se tornado o “espelho do mundo”, possui mais relação com a difusão midiática do que com os aspectos políticos ou econômicos. Um exemplo dado por Roland Corbisier (1960, p.69) é que, ao importar um Cadillac, a Coca-Cola, o cinema, não se importa “apenas objetos e mercadorias, mas também todo um complexo de valores e condutas que se acham implicados nesses produtos.”

Voltando a Ortiz (1994), é possível traçar um paralelo entre a questão da dominação estadunidense com as culturas nacionais, podendo-se afirmar que as especificidades regionais deixam de se destacar a partir da ameaça de uma cultura estranha. Se representadas apenas por um ponto de vista, as identidades latino-americanas acabam sendo vistas de forma hegemônica quando, de acordo com Jesús Martín-Barbero e

Néstor García Canclini (à partir dos Estudos Culturais), não é possível delimitar uma essência coletiva desta região.

Canclini, em seu livro *A Globalização Imaginada* (2003), contesta a narração de identidades no mundo contemporâneo. Para ele, a superioridade dos brancos americanos sobre os mestiços da América Latina foi usada como justificativa para as invasões territoriais e o sistema imperialista entre esses povos. Também serviu para “legitimar” a discriminação dos quase 30 milhões de latino-americanos residentes nos Estados Unidos” (2003, p. 86-87). Ao falar sobre as narrações cinematográficas, televisivas e literárias provenientes da confrontação entre esses dois modos de vida, Canclini afirma que há uma exaltação da “ordem americana” em contraste com os criminosos violentos, as mulheres provocantes e os amantes latinos. Existe um predomínio de narrativa que enquadra os Estados Unidos como definidor daquilo que é bom e do que é ruim.

Considerando que a região norte-americana é a principal produtora e receptora de produtos audiovisuais, a indústria hollywoodiana é tida como uma escola cinematográfica e sua influência sob sua legião de fãs é muito grande. Miriam Rossini (2001, p. 17) aponta que o cinema possui uma função social indiscutível de propagar ideias, sonhos, modismos, desejos, padrões de identidade e comportamentos. A autora afirma que este cenário é resultado daquilo que vai além da criação do roteiro e do produto final. Por ser um produto cultural, o filme está “impregnado pelo imaginário da sociedade que o construiu” (2001, p. 22-23). Para embasar este panorama e entender como o espaço e a cultura latino-americana são representados dentro de países da América Latina, Rossini analisou três filmes que fizeram muito sucesso em seus países de origem e também no exterior: *El callejón de los milagros* (México, 1994), de Jorge Fons; *Guantanamera* (Cuba, 1995), de Tomás Gutiérrez Alea e Juan Carlos Tabío e *Central do Brasil* (Brasil, 1997), de Walter Salles.

A partir de sua pesquisa, Rossini (2001, p. 18) concluiu que a forma como os latino-americanos são representados pelo cinema estrangeiro influencia a própria auto representação destes países em suas produções. Trazendo este cenário para a Colômbia, Chicangana-Bayona e Posada (2013) fizeram um estudo parecido com o de

Rossini. Analisando três filmes produzidos pelos EUA sobre a Colômbia, de décadas diferentes (1980, 1990 e 2011), os autores puderam afirmar que o país é visto como um território bárbaro e exótico. O filme da década de 1980, por exemplo, retrata uma Colômbia excêntrica e inexplorada; o de 1990 mostra um território desequilibrado e desgovernado; e o de 2011 contextualiza um ambiente que deve ser desabitado até pelos próprios colombianos.

Em 1990, o narcotráfico passa a ser um tema muito discutido no audiovisual. Para os autores, a visão extremamente colonialista dos EUA, que retrata uma Colômbia tropical mas também corrupta, atrasada, perigosa e violenta, continua a se perpetuar. O conteúdo é direcionado ao público exclusivamente estadunidense, não havendo preocupação em retratar aquilo que vai além do estereótipo, pois existe um objetivo de facilitar o entendimento das situações retratadas.

“Este interesse do ser humano por tornar familiar o que é estranho é o que leva a indústria cinematográfica a representar países, culturas e nações estrangeiras, reconstruindo-as sob o ponto de vista daqueles que estão longe de se apropriar deles.”
(Bayona e Posada, 2013, p. 134).

A narrativa unilateral sobre a América Latina acaba criando uma unidade estética, que leva à constante reafirmação de estereótipos. Apesar da maioria das produções cinematográficas fazerem parte do gênero ficcional, não é possível diminuir a sua efetividade discursiva ou política. As identidades são fundadas dentro deste mecanismo de contar histórias aos outros e, de acordo com Stuart Hall (2013, pg. 109) o exercício da narração não estreita suas implicações na realidade que vivemos.

4 AS NARCOSSÉRIES

No ano de 2004, o canal colombiano RCN lançou *La viuda de la mafia*, telenovela considerada emblemática por ter sido o marco inicial das ficções sobre o tráfico de drogas na Colômbia. Outras produções exibidas pela Caracol como *Sin Tetas no hay paraíso*

(2006), *El Cartel de los sapos* (2008), *Las muñecas de la mafia* (2009) e *Pablo Escobar: el patrón del mal* (2012) fizeram grande sucesso na TV.

A partir daí se estabelece um padrão de utilizar o tráfico como entretenimento. Segundo Ramírez (2013), a droga era uma mercadoria que a televisão vinha explorando por anos, mas ainda não enxergava a sua rentabilidade transformada em *ratings*. Muito antes das produções televisivas, o tráfico de drogas possuía espaço dentro da literatura, principalmente através de relatos escritos por jornalistas. Gabriel García Márquez ganhou o Nobel de Literatura por *Noticia de un secuestro* (1996), relato sobre a retenção de dez pessoas à mando de Pablo Escobar com a justificativa de pressionar o Estado acerca da abolição da extradição dos narcotraficantes aos Estados Unidos. Alguns jornalistas e escritores como Germán Castro Caicedo (*Operación Pablo Escobar*, 2012) e Jorge Franco (Rosario Tijeras, 1999) seguiram o mesmo caminho de Márquez e perpetuaram a narrativa sobre o narcotráfico. Com o aumento das publicações sobre o tema, criou-se “um novo gênero literário nacional, promovido pela atitude mimética de eventos na Colômbia nas últimas décadas” (Piotrowski, 2009, p. 133). Da literatura, o narcotráfico partiu para a televisão na América Latina.

“A qualidade e o reconhecimento alcançados internacionalmente pela novela colombiana, não está vinculado exclusivamente aos aspectos técnicos, mas sim é resultado da ênfase que as produções fazem para representar realidades específicas do país, sem esquecer os aspectos da identidade latino-americana, e procurando manter uma estética e narrativa diferente da ficção mexicana, brasileira e venezuelana. A marca da produção colombiana ficcional é tão grande que, por exemplo, no México, um país que vive há alguns anos uma violência semelhante da Colombiana, agora copia e aplica algumas políticas e estratégias para combater o tráfico de drogas, mas também está copiando o modelo de produção televisiva sobre esta questão. (...) Esse fenômeno tornou-se conhecido como a “colombianização” da produção de ficção no México.” (Ramírez, 2013, p.7)

Com isso, notamos como a apropriação cultural se tornou um meio para vender entretenimento. O estilo de vida dos narcotraficantes atrai os olhos dos espectadores, pois ilustra o luxo em excesso e os transforma em figuras empreendedoras. O traficante de

drogas passa a ser interpretado como “um apologista da autonomia, assumidamente responsável por sua segurança e por seu sucesso, capaz de realizar-se por mérito de sua iniciativa pessoal, sem apoio de antigas redes de proteção sustentadas socialmente” (Freire Filho & Castellano, 2012, p. 193). Essa realidade pode ser identificada no cotidiano de jovens das periferias das grandes cidades da Colômbia e agora é também retratada no audiovisual transnacional.

Do sucesso de conceituar a vida dos narcotraficantes nas telas, surgiu o termo “narco-cultura”, criado por Rincón (2009, p. 161-162), que resume o conceito como “tema de ‘superação’, o revanchismo social, o elemento de celebração e aspirações dos modos de ser da sociedade dos pobres.” Em suma, os narcotraficantes são retratados como pessoas que, a partir de sua pobreza, encontram a ascensão social através da ilegalidade de forma rápida e usufruem luxuosamente de seu lucro vindo do tráfico (as tendências e estereótipos da narco-cultura serão analisados mais à frente, traçando paralelos com a série *Narcos*). Com a dramatização das produções audiovisuais, este conteúdo se torna ainda mais atraente aos olhos dos telespectadores.

Pablo Escobar, o narcotraficante mais emblemático da América Latina, direcionou os olhos do mundo para a Colômbia nas décadas de 1980 e início de 1990. Em maio de 1983, a revista *Semana* o apresentou como *O Robin Hood Paisa*, pelas suas contribuições à população pobre de Medellín através do dinheiro do tráfico. O artigo o colocava em uma posição heróica, como o empresário que construiu mil casas aos necessitados, que antes viviam nos lixões da cidade.

Quando, em 2012, o canal Caracol estreou a série *Pablo Escobar: El patrón del mal*, baseada no livro *La parábola de Pablo* (Alonso Salazar), as reações e feedbacks atingiram proporções internacionais, mostrando que a figura do protagonista, mesmo depois de quase 25 anos de sua morte, ainda é muito forte e ambígua. Seu túmulo, em Medellín, continua atraindo adoradores e dividindo opiniões. A figura de Escobar ainda possui tanto as faces do herói como a do vilão.

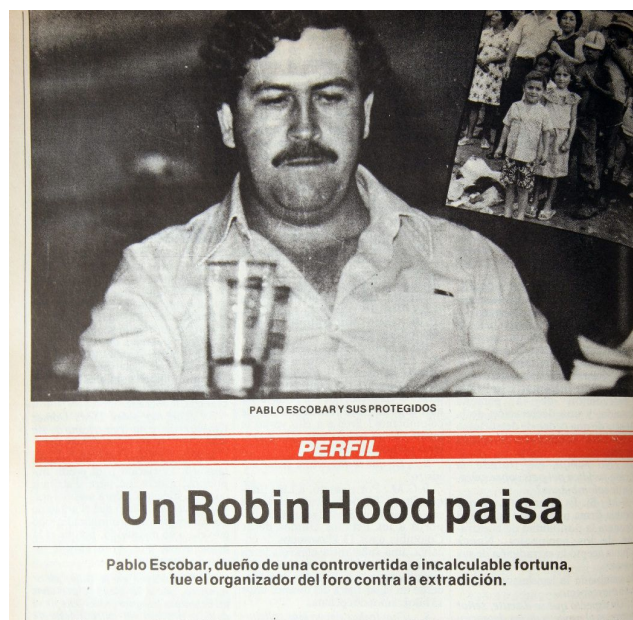


Figura 5: Revista *Semana*, maio 1983 - “‘Quem é Don Pablo? uma espécie de *Robin Hood* paisa, que despertou muita emoção entre centenas de miseráveis que refletem em seus rostos uma esperança súbita”

De acordo com Rincón (2013, p. 209), a indústria cultural se fascina com o ambiente do tráfico pela questão do “viver rápido e morrer cedo”, o amedrontamento aos Estados Unidos, a cultura da ostentação, a adrenalina despertada pela violência resultante deste mundo de ilegalidades. As narrativas geralmente incluem críticas às autoridades, mostrando policiais e políticos corruptos envolvidos com os cartéis de drogas.

“O narcotráfico permite pequenas felicidades capitalistas: pensar em progresso, liberdade, igualdade, o conforto do tempo livre, mulheres, entretenimento e *status social*... É por isso que digo que *todos temos um pouco do tráfico dentro de nós*, o que não significa que sejamos traficantes: nem vendemos, nem consumimos, apenas vivemos em culturas nas quais os modos de pensar, agir, sonhar, expressar e comunicar assumem essa forma.” (Rincón, 2013, p. 194)

Se pensarmos em como as cenas envolvendo drogas são apresentadas ao telespectador, conseguimos compreender melhor de onde vem esse fascínio pelo ilícito. A construção das imagens do consumo de substâncias tóxicas busca despertar certa curiosidade, seja através de uma trilha sonora mais descontraída ou da criação de um ambiente erótico atrelado àquilo que é ilegal, proibido. No Brasil, este cenário começou a ser apresentado ao telespectador desde a década de 1920. O filme *Morfina* (1928), com

direção de Francisco Madrigano e Nino Ponti, apresentava uma cena sensual da atriz Milda Rutzen levantando sua saia, acima dos joelhos, e aplicando a droga com uma agulha hipodérmica em uma de suas pernas. A cena sofreu censura na época com a justificativa de abordar o tema das drogas atrelado a uma experiência positiva. O telespectador era seduzido pelo prazer a que os entorpecentes estavam associados.

A partir desta análise, é possível perceber que o narcotráfico, dentro deste cenário, deixa de agir no campo da ética para se mostrar presente no campo da estética. A narco-cultura resulta do capitalismo econômico, social, cultural e simbólico (Rincón, 2013, p. 195) proveniente de quem vive a realidade e de quem a consome através do entretenimento. A mídia oferece espaço para que o narcoimaginário crie sua própria simbologia e ganhe força, fazendo com que o narcotráfico se comunique com diferentes públicos e se distancie cada vez mais do cenário moral e jurídico em que ele inicialmente se estabeleceu.

5 “NARCOS” E SUA NARRATIVA

5.1 Contextualização da série

Narcos (2015) pode ser classificada como uma produção intercultural por se apropriar de uma narrativa baseada nas séries policiais estadunidenses e nas narconovelas latinas. A série da Netflix em parceria com a Gaumont International Television, braço americano da produtora francesa Gaumont Television, foi criada por Carlo Bernard, Doug Miro e Chris Brancato. Para a produção executiva também integram a equipe José Padilha e Eric Newman.

Em entrevista à *Rolling Stone* (Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/noticia/exclusivo-visitamos-o-set-de-inarcosi-serie-protagoniza-da-pelo-brasileiro-wagner-moura/#imagem0>. Acesso em 28 de agosto de 2018), os produtores afirmaram que a ideia inicial era produzir um filme tradicional. Logo perceberam que não seria possível contar toda a história de Pablo Escobar em apenas duas horas, portanto, após entrarem em contato com a Netflix, o breve enredo se tornou uma narrativa

que se estende ao longo de dez episódios. De acordo com Eric Newman, o foco da série era tentar explorar a maior quantidade de círculos narrativos possíveis na história do maior traficante do século XX. Por essa razão, inicialmente não se buscou humanizar a figura de Pablo Escobar, como aconteceu com outras produções audiovisuais que reproduziram o mesmo tema. Os holofotes também foram divididos com os dois agentes do DEA (*Drug Enforcement Administration*), Steve Murphy e Javier Peña, sendo o primeiro responsável pela narração de todo o enredo da série.

A primeira temporada de *Narcos* foi dirigida por quatro diretores diferentes. José Padilha (episódios 1 e 2), o também brasileiro Fernando Coimbra (7 e 8), o mexicano Guillermo Navarro (3 e 4) e o colombiano Andrés Baiz (5, 6, 9 e 10). É importante ressaltar que Padilha trouxe seu próprio estilo de direção e narração que deu o tom para o restante da série. Notam-se fortes semelhanças em *Narcos* com seus dois filmes de maior sucesso, *Tropa de Elite 1 e 2* (2007 e 2010), como o uso de um narrador tomando a frente dos acontecimentos e a ideia de utilizar imagens de arquivos para aproximar o telespectador da trama.

O brasileiro Fernando Coimbra, apesar de estabelecer carreira como diretor de curta-metragens, é conhecido pela direção e roteiro do filme *O Lobo atrás da Porta* (2013), seu primeiro longa. Os responsáveis pela trilha sonora da série e a música tema da abertura são os também brasileiros Pedro Bromfman e Rodrigo Amarante, respectivamente.

Guillermo Navarro é o diretor com mais produções cinematográficas em seu currículo, principalmente como diretor de fotografia. Estabelecido em Hollywood desde o começo de sua carreira, seus trabalhos incluem *Jackie Brown* (Quentin Tarantino, 1997), *Stuart Little* (Rob Minkoff, 1999), *Uma Noite no Museu* (Shawn Levy, 2006 e 2014) e a saga *Crepúsculo: Amanhecer - partes 1 e 2* (Bill Condon, 2011 e 2012). Com *O Labirinto do Fauno* (Guillermo del Toro, 2006), Navarro conquistou o Oscar de melhor fotografia.

Representando a Colômbia na equipe de direção, Andrés Baiz se preocupou em transmitir autenticidade e precisão dos fatos históricos narrados. Em entrevista à *Proimágenes Colômbia Comisión Fílmica*, em 7 de setembro de 2015, Baiz afirmou que

durante a adolescência presenciou de perto os feitos de Pablo Escobar, o que o fez ter um senso de justiça e respeito em relação ao seu país no momento de tomar frente da direção da série.

Em abril de 2014, a equipe de produção se deslocou até a Colômbia e iniciou o processo de diálogo com pessoas envolvidas na vida de Pablo Escobar. Segundo Chris Brancato, em entrevista ao *So Fetch Daily* (Disponível em: <https://sofetchdaily.com/2015/10/21/interview-narcos-chris-brancato/>. Acesso em 28 de agosto de 2018), a finalidade desta etapa era colher elementos que adicionassem diferentes perspectivas à história, levando-se em consideração as instituições colombianas e estadunidenses. Além da imersão no berço do narcotráfico, a produção também teve acesso às transcrições das chamadas telefônicas interceptadas pelo DEA.

Brancato também afirmou o grande interesse em impactar o público norte-americano com a narrativa do narcotráfico. Segundo ele, Escobar arquitetou com destreza o plano de espalhar o vício da cocaína nos Estados Unidos e, conseqüentemente, se tornou bilionário sem exercer muitos esforços. Com sua ambição pelo poder político, o maior narcotraficante da década de 1980 não só chegou a disputar a presidência, como declarou guerra contra a Colômbia, envolvendo os Estados Unidos, uma vez que não conseguiu o devido apoio para concretizar tal feito.

“Esse é o primeiro gangster da história do mundo que, sozinho, arquitetou uma guerra contra diferentes países de uma só vez e, por um longo período, ele também era gentil com aqueles que continuavam a idolatrá-lo. Os Estados Unidos gastou em torno de 450-750 milhões de dólares para capturá-lo, tornando-o o criminoso em que o governo estadunidense mais investiu dinheiro antes do início da captura de Osama Bin Laden” (Brancato em entrevista ao *So Fetch Daily*, 2015).

Assim como o grupo de diretores, o elenco da série também representa uma diversidade de nacionalidades. O brasileiro Wagner Moura assume o papel do protagonista, o colombiano Pablo Escobar. Sua esposa, Maria Victoria Henao - mais conhecida como Tata, é interpretada pela mexicana Paulina Gaitán e sua mãe, Hermilda Gaviria Berrío, pela chilena Paulina García. Duas outras atrizes mexicanas também se encontram presentes no elenco: Stephanie Sigman como a jornalista Valeria Velez e Ana

de la Reguera como a guerrilheira Elisa. Os agentes do DEA, Steve Murphy e Javier Peña são interpretados pelo estadunidense Boyd Holbrook e pelo chileno Pedro Pascal, respectivamente. Connie Murphy, esposa de um dos agentes é vivida pela britânica Joanna Christie e o ator mexicano Raúl Méndez representa um dos principais personagens da série, o presidente César Gaviria. Seu assessor, Eduardo Mendonza, é interpretado pelo colombiano Manolo Cardona.

Partindo para o núcleo do cartel, o porto-riquenho Luis Guzman representa Gacha e o contrabandista Carlos Lehder, filho de mãe colombiana e pai alemão, é vivido pelo canadense Juan Riedinger. Os irmãos Ochoa são interpretados pelo colombiano Roberto Urbina (Fábio) e o brasileiro André Mattos (Jorge). Mais um colombiano, Juan Pablo Raba, interpreta Gustavo, primo e braço direito de Escobar.

A preparação dos atores para interpretar acontecimentos reais foi intensa. Boyd Holbrook e Pedro Pascal passaram semanas com uma equipe do DEA, além de trocarem conhecimentos e experiências com os seus homólogos na vida real. Já Wagner Moura, ao ser escalado para o papel principal por José Padilha - que já havia trabalhado com o ator em *Tropa de Elite 1 e 2*, se mudou para Medellín e passou cinco meses estudando espanhol na Universidad Bolivariana, idioma o qual não falava (Entrevista ao El Tiempo. Disponível em: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16547461>. Acesso em 9 de setembro de 2018). Para parecer mais semelhante a Pablo Escobar, Moura também teve que ganhar 20 quilos.

A produção de *Narcos* foi realizada pela produtora Dynamo, que, recentemente, tem direcionado seus esforços ao mercado audiovisual estadunidense. De acordo com Andrés Calderón, diretor executivo da produtora, 99,5% da série foi gravada na Colômbia, já que “apenas duas cenas foram rodadas fora” (jornal El Espectador. Disponível em: <http://www.elespectador.com/entretenimiento/agenda/cine/productora-colombiana-dynamo-se-abre-paso-hollywood-articulo-543215>. Acesso em 9 de setembro de 2018). As locações se alternaram entre Bogotá, Santa Marta, Medellín, Villavicencio e Cartagena.

Desde 2012, ano em que o governo da Colômbia estabeleceu a lei 1556, estimulando a gravação de produções cinematográficas nacionais e internacionais dentro

do país, a parceria entre produtoras colombianas e estrangeiras tem se tornado mais comum. A norma afirma ser necessário um investimento de, no mínimo, 1.800 salários mínimos mensais vigentes (em torno de 500 dólares) e, para que seja possível a devolução de 40% dos gastos locais com serviços de pré-produção, produção e pós-produção e 20% dos custos logísticos (com transporte e hospedagem) deve-se contratar produtoras nacionais. Esta decisão do governo colombiano não só contribui para a movimentação do mercado audiovisual na Colômbia, como também incentiva o cinema transnacional. Isso se comprova através dos números envolvidos na produção de *Narcos*: de acordo com o *Proimágenes Colombia Comisión Fílmica* (Disponível em: <http://locationcolombia.com/lanzamiento-de-narcos-nueva-serie-de-netflix/?lang=en>. Acesso em 9 de setembro de 2018), 400 colombianos foram contratados durante sete meses, a equipe fez uso de 28.500 diárias de hotel, 4.420 passagens aéreas foram compradas para que estrangeiros se deslocassem até o país, além das 9.187 passagens nacionais - todas administradas por agências de turismo da Colômbia. *Narcos* é, até o presente momento, a maior produção audiovisual estrangeira já realizada em solo colombiano.

Em 2016, *Narcos* marcou presença no Globo de Ouro com uma indicação de melhor série de drama e Wagner Moura como melhor ator em série de drama. A Netflix mantém em sigilo seus dados de audiência, porém a NBC, rede de televisão estadunidense, através de uma tecnologia que reconhece pelo celular o áudio vindo de diferentes dispositivos, constatou que *Narcos* impactou 3,2 milhões de espectadores no período de setembro a dezembro de 2015, perdendo as primeiras posições apenas para *Jessica Jones*, com 4,8 milhões e *Master of None*, com 3,9 milhões (Dados disponíveis em: <https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/nbc-revela-audiencia-das-principais-series-da-netflix/>. Acesso em 9 de setembro de 2018).

A terceira temporada da série foi lançada em setembro de 2016 e contou a história do narcotráfico na Colômbia após a morte de Pablo Escobar. Boyd Holbrook não está mais presente no elenco, mas seu parceiro de cena, Pedro Pascal segue interpretando o agente Peña. A quarta temporada está prevista para ser lançada no dia 16 de novembro de 2018.

De acordo com divulgações no Instagram oficial da série, a narrativa tomará forma na cidade de Guadalajara, no México.

5.2 O estereótipo do latino-americano

Hollywood, pela grande quantidade de conteúdo audiovisual que produz, acaba se tornando referência dentro da indústria cinematográfica. De acordo com a autora Luíza Tarzia (2016), “a construção de estereótipos é fortemente influenciada pelas mídias”. Na América Latina, a figura de Carmen Miranda representou o início de uma replicação de clichês da região que perpetua até hoje. Dentro do audiovisual, ela é a mulher brasileira que representa as demais mulheres latinas como exóticas, selvagens, loucas e hipersexualizadas que geralmente ocupam um papel secundário dentro do gênero da comédia. Nas mesmas narrativas existia a figura oposta, da “mocinha” branca estadunidense cujo o comportamento comedido era um exemplo a ser seguido.

Os produtos da Walt Disney, com o personagem Zé Carioca por exemplo, também reafirmam estereótipos como o da política da boa vizinhança. A malandragem, unida à figura do desempregado que dribla as suas responsabilidades e resolve seus problemas com o “jeitinho brasileiro”, fez grande sucesso no universo do desenho animado.

Aplicando esse panorama para a série *Narcos*, percebe-se que o povo colombiano também é representado como o Zé Carioca, prevalecendo a imagem do descompromisso, as festividades, o desinteresse pelo trabalho e a sexualização da mulher neste ambiente. Tarzia (2016) afirma que a escalação de Wagner Moura, ator brasileiro, para viver o colombiano Pablo Escobar, corrobora para o conceito de homogeneização da América Latina. O registro de uma Colômbia extremamente violenta ofusca a retratação de outros aspectos do local e a “glamourização” da vida dos narcotraficantes, como visto anteriormente, também contribui para a construção desse cenário.

Ainda de acordo com a autora, este panorama reforçado na série constrói a visão de que o narcotráfico é um problema exclusivo da América Latina e colabora para o distanciamento do debate sobre outras questões que levam ao tráfico e uso de drogas, como a segurança e saúde pública, violência e desigualdade social. O exotismo presente

nas narrativas sobre a América Latina restringe o olhar de um lugar plural. A seguir, será detalhado mais a fundo como essa região é explorada dentro do imaginário da série.

5.3 A representação da América Latina em Narcos

Analisando a história política e cultural da América Latina, nota-se que a construção dos repertórios visuais tem início no período entreguerras (1914-1945). As representações artísticas que poderiam passar despercebidas dentro deste cenário foram essenciais na forma como os latinos se auto representam hoje. De acordo com Carlos Alberto Sampaio Rosa (2010, p. 69), que fez uma reflexão acerca da circulação de ideias culturais e políticas entre o Brasil e México, o período entre 1910 e 1920 foi marcado pelas vanguardas artísticas. Dentro deste cenário, as revistas culturais tiveram grande importância na disseminação dos conteúdos visuais, pelo fato de sempre carregarem uma forte mensagem política em suas páginas.

Outros movimentos artísticos como o dadaísmo, o futurismo, o surrealismo e o construtivismo também utilizaram a fotografia como forma de expressão para romper com a representação visual do “antigo regime”. Logo, a fotografia passou a ser um “meio privilegiado de expressão artística” (2010, p. 72), que acompanhava a transformação do ambiente urbano e a maneira como a sociedade ocidental interpretava conteúdos visuais.

Dentro deste conceito, Rosa cita Nicholas Mirzoeff, um dos principais estudiosos da “cultura visual”. Para ele, existe uma “distância entre a riqueza visual da sociedade moderna em contraste com a pouca capacidade e/ou habilidade para analisar essa visualidade” (2010, p. 74). Mirzoeff então defende a necessidade de se estudar a cultura visual dentro dos meios de comunicação de forma mais ampla e integrada.

Aqui cabe destacar a importância da pintura mural no México para a formação da identidade cultural deste povo. Segundo Gonzalez Mello (2004, p. 276), o muralismo do século XX nasceu para confrontar o catolicismo, de forma que, não por acaso, os murais patrocinados pelo Estado foram implantados dentro de igrejas, capelas e conventos desapropriados pelo governo. A estratégia do Estado era incluir os artistas mais radicais de esquerda, neutralizando seus discursos através da utilização desses espaços.

Dessa maneira, o muralismo, através de sua retórica visual, buscou fazer com que a sociedade mexicana reconhecesse as classes sociais vencedoras dos processos revolucionários. Temas constantes dessa corrente eram imagens do presbítero e a mesa - que representava a autoridade - a pátria e a professora, e o índio.

“Este último foi um dos principais atores simbólicos da revolução segundo a ótica dos muralistas. (...) Mas os indígenas foram construídos sobre um imaginário livre de contradições no qual se elaborou o México moderno mestiço, índio e camponês. Nada mais fantasioso, tendo em vista o México pós-revolucionário e suas elites que não eram nem um pouco indigenistas, muito pelo contrário, eram racistas” (2010, p. 79).

No Brasil, as obras *Operários* e *Segunda Classe* de Tarsila do Amaral - expostas no Palace Hotel do Rio de Janeiro em 1933 - talvez tenham sido as primeiras manifestações do despertar de uma consciência política dentro do cenário da cultura visual. Em São Paulo, após a Semana da Arte Moderna (direcionada para a elite), nasce o Grupo Santa Helena. Nele estavam presentes ex-jogadores de futebol, pintores de parede, operários e desempregados. No edifício Santa Helena, o grupo discutia sobre arte, porém a situação política, o fascismo, o comunismo e o socialismo também eram assuntos presentes na pauta.

O período entreguerras contribuiu para que o debate sobre a relação entre arte e política e a autonomia artística reforçassem a valorização da cultura visual. Neste âmbito, também é interessante levar em consideração as contribuições de Néstor García Canclini acerca da formação da identidade cultural no território latino-americano. Suas análises focam nas mudanças das identidades culturais no cenário de transformação e emergência da modernidade da América Latina, levando-se em consideração a cultura popular, erudita e massiva, os meios de comunicação, as etnias e o modo como a hibridização cultural se estabelece no continente.

Canclini utiliza o conceito de “híbrido” para explicar a identidade sociocultural latino-americana que, segundo ele, é um espaço onde “coexistem diversas identidades e culturas” (2006, p. 174). A multiculturalidade dentro da América Latina é considerada uma marca dos povos que aqui habitam e, segundo o próprio autor, a noção de hibridização

consegue expressar de forma muito mais apurada este cenário, pois aborda melhor a ideia de “mescla cultural entre tradicional e moderno, bem entre o popular, o culto e o massivo (Canclini, 1997).”

Aplicando esses conceitos à narrativa de *Narcos*, é possível perceber que o multiculturalismo da obra não se aplica apenas pelas questões idiomáticas e pelo elenco proveniente de várias nacionalidades, mas também pela forma como esses aspectos são utilizados na série. Em entrevista para o *So Fetch Daily* (Disponível em: <https://sofetchdaily.com/2015/10/21/interview-narcos-chris-brancato/>. Acesso em: 9 de setembro de 2018), Chris Brancato afirma que a decisão pela inserção de falas em espanhol no roteiro foi feita para complementar o drama verídico que estava sendo narrado. Para ele, era necessário criar uma atmosfera onde o telespectador norte-americano, que na grande maioria das vezes não compreende o idioma espanhol, se sentisse em desvantagem por não ter acesso às informações privilegiadas ditas pelos narcotraficantes.

Assumir essa particularidade da multiculturalidade latino-americana na série significa entender que a sociedade em que vivemos está constantemente sendo afetada pelas diferentes culturas e modos de vida. Analisando o histórico sociopolítico da América Latina e Estados Unidos dentro do quesito de “dominador” e “dominado” vemos que sempre houve um processo de resistência aos processos de integração. Com a intenção de comparar os estudos culturais norte-americanos com o conceito de hibridismo cultural, Canclini (1997, p.117) faz uma ressalva acerca dos diferentes pontos de vista que dividem o multiculturalismo nos EUA e na América Latina, afirmando que o que aqui pode ser classificado como “pluralismo cultural”, lá se configura como “separatismo”.

Desta forma, levando-se em consideração que como povo latino-americano, nós nos apropriamos de certas culturas estrangeiras e as incorporamos em tradições nacionais, o multiculturalismo da América Latina vai se particularizando. O “separatismo” citado por Canclini pode ser exemplificado através de um trecho retirado da mesma entrevista concedida por Brancato ao *So Fetch Daily*. Ao ser perguntado como foi sua experiência

em solo colombiano, o roteirista da série afirmou que foi ótima, mas que sua perspectiva em relação ao país foi moldada em torno do filme *Scarface* de 1983.

“Eu tinha essa visão de uma cultura extremamente violenta, mas esse não era o caso. Claro que a criminalidade é uma questão pontual neste país, mas, nos últimos 20 anos, os colombianos têm sido bem sucedidos em colocar atrás das grades os traficantes de cocaína” (Brancato em entrevista ao *So Fetch Daily*, 2015).

Esta situação que caracteriza um “sub olhar” para a cultura latino-americana é pensada por Canclini, na lógica da hibridização, como um processo de intercâmbio entre o local, regional, nacional e o global e como esses agrupamentos interculturais se relacionam na modernidade. Aplicando o conceito dentro do cenário da produção audiovisual sobre a América Latina realizada através da visão norte-americana, é perceptível a enorme quantidade de aplicação e replicação de estereótipos.

Apesar da série buscar manter a fidelidade dos fatos, é necessário lembrar que o roteiro e produção da obra foram realizados por norte-americanos. Mesmo que os atores e equipe tenham passado por uma fase de ambientação, o foco capitalista era conquistar o maior número de telespectadores da Netflix possível, incluindo, obviamente, o público estadunidense que é um grande consumidor do serviço de *streaming*. O “separatismo” de Canclini é mais uma vez notado na escolha de condução da narrativa. *Narcos* é narrada através do olhar do agente do DEA, Steve Murphy, vindo de Miami para ajudar o departamento de polícia da Colômbia a capturar Pablo Escobar.

Ao longo da primeira temporada, é perceptível a mudança proposital de comportamento de Murphy conforme o seu grau de envolvimento com os narcotraficantes e com a cultura local. Os colombianos são sempre representados como um povo festivo e que não cumpre com suas responsabilidades, enquanto que Murphy representa o herói norte-americano que chegou até a Colômbia para dar um fim ao problema da cocaína no país.

6 METODOLOGIA

Neste capítulo serão abordados os procedimentos metodológicos utilizados para a análise da primeira temporada de *Narcos*. Dentro deste recorte, foram selecionadas duas categorias como objeto de pesquisa que buscam avaliar a construção de identidade da Colômbia na série.

6.1 *Análise de imagens em movimento*

Sob o olhar da pesquisa qualitativa aplicada à materiais audiovisuais, Diana Rose desenvolveu o método de análise de imagens em movimento. Em 2002, a pesquisadora focou seus esforços em buscar compreender como o discurso da loucura na televisão britânica era representado através dos personagens de um programa televisivo. Foram analisados as relações com os indivíduos "normais" e o tratamento verbal e não-verbal aplicado àqueles rotulados como loucos.

Antes de introduzir as teorias que a guiaram no processo de análise de seus objetos, Rose questiona o que de fato são os meios audiovisuais. Segundo a autora, eles vão muito além de um "rádio com figuras", pois constituem um "complexo de sentidos, imagens, técnicas, composição de cenas e muito mais" (2002, p. 343). Sendo assim, nenhuma análise captará apenas uma única verdade do texto audiovisual.

Partindo deste cenário, a autora aponta três etapas a serem seguidas para a aplicação do método: a seleção do programa, a transcrição e a codificação. Neste processo, as possibilidades de interpretação dos materiais audiovisuais são inúmeras, tornando-se difícil compilar um conjunto de dados que seja tão verdadeiro quanto o texto original (p. 344). Isso acontece pois pesquisadores diferentes podem avaliar de diversas formas um mesmo objeto.

"A questão não é que exista um caminho para captar todas essas nuances a fim de produzir uma representação mais fiel. É, antes, que alguma informação será sempre perdida, outras informações poderão ser acrescentadas, e desse modo o processo de analisar fala e fotografias é igual à tradução de uma língua para a outra. Ao mesmo tempo, isso normalmente

implicará uma simplificação, quando o texto à mão é tão complexo quanto a televisão." (Rose, 2002, p. 345).

Em resumo, Rose pontua nove passos a serem seguidos para a análise de textos audiovisuais: 1) Escolher um referencial teórico e aplicá-lo ao objeto empírico; 2) Selecionar um referencial de amostragem - com base no tempo ou no conteúdo; 3) Selecionar um meio de identificar o objeto empírico no referencial de amostragem; 4) Construir regras para a transcrição do conjunto das informações - visuais e verbais; 5) Desenvolver um referencial de codificação baseado na análise teórica e na leitura preliminar do conjunto de dados: que inclua regras para a análise, tanto do material visual, como do verbal; que contenha a possibilidade de desconfirmar a teoria; que inclua a análise da estrutura narrativa e do contexto, bem como das categorias semânticas; 6) Aplicar o referencial de codificação de dados, transcritos em uma forma condizente com a translação numérica; 7) Construir tabelas de frequência para as unidades de análise, visuais e verbais; 8) Aplicar estatísticas simples, quando apropriadas; 9) Selecionar citações ilustrativas que complementem a análise numérica.

Já na área dos estudos fílmicos, complementando aqui o método da autora, Vanoye e Goliot-Lété (1994) declaram que a análise fílmica é executada em duas fases. Primeiramente faz-se a desconstrução do texto audiovisual, buscando coletar elementos distintos do próprio filme. Isso auxilia o pesquisador a tomar distância do objeto em análise. A segunda etapa consiste em conectar os elementos anteriormente isolados para analisar de que forma eles contribuem para um significado coeso do filme como um todo. De acordo com os autores (1994, p. 15), “a desconstrução equivale à descrição. Já a reconstrução corresponde ao que se chama com frequência de ‘interpretação’”.

6.2 Adaptação do método para a análise de *Narcos*

A pesquisa terá como norte os dez episódios da primeira temporada de *Narcos*, que estreou no dia 28 de agosto de 2015. Com duração média de 49 minutos por episódio, o mote da série contempla a história de vida do traficante colombiano Pablo Escobar (1949-1993), a partir dos anos 1980 - quando tem início seu império de exportação da

cocaína para Miami - até o momento de sua captura e morte em Medellín. A narrativa, feita pelo agente do DEA, Steve Murphy, foca nos esforços dos governos colombiano e norte-americano e das forças especiais policiais para combater os narcotraficantes.

Com base em todas as discussões teóricas apresentadas até aqui, a maneira como a indústria hollywoodiana representa a América Latina será analisada partindo de duas categorias selecionadas:

- 1) Personagens policiais: aqui busca-se compreender, considerando o aspecto visual e verbal, de que forma os dois agentes do DEA são representados na série. Serão levadas em consideração as escolhas de direção de fotografia e direção de cena em representar os dois personagens através do roteiro e dos enquadramentos. É necessário também compreender como as forças especiais da Colômbia adquirem espaço dentro da narrativa, portanto, este núcleo também será analisado dentro dos mesmos critérios citados anteriormente.
- 2) Representações territoriais: A perspectiva sob a Colômbia e Estados Unidos influencia diretamente o desenvolvimento da narrativa da série e a representação das identidades dos indivíduos ali colocados. Também através de uma análise visual e verbal, busca-se entender como acontece a relação entre esses dois países através dos personagens e quais estereótipos são mais reforçados dentro deste contexto. O enfoque, portanto, é compreender de que forma esses dois territórios atuam como personagens decisivos em *Narcos*.

Para que essa análise tome forma, alguns passos do método de Rose foram ajustados e outros serão ainda mais reforçados de acordo com as necessidades da pesquisa.

- 1) A seleção de recortes a serem estudados é feita através dos episódios originais disponibilizados pelo serviço de *streaming*, assim como a autora fez com o material que analisou na TV britânica. Porém aqui não serão levados em consideração os

intervalos comerciais e grade de programação, pois a Netflix não trabalha desta maneira.

- 2) Na etapa da transcrição e codificação, como dito anteriormente, serão analisados o cenário visual e verbal, considerando as escolhas de direção de fotografia e direção de cena dentro da série. A transcrição também servirá para a segunda fase da análise, dando destaque para a relação entre os personagens policiais e as figuras territoriais. Aqui, a visão do pesquisador é importante para enriquecer a descrição e fortalecer a relação entre o objeto de análise e o referencial teórico utilizado.
- 3) A transcrição do conjunto de informações coletadas sempre focará na explicitação dos dados. A estética visual pode parecer subjetiva, mas quando analisada junto a estética verbal, ambas devem conversar entre si de forma clara.
- 4) É importante ressaltar que, por tratar-se de uma pesquisa de cunho qualitativo, as etapas necessárias para a elaboração de tabelas de frequências e estatísticas numéricas simples, não serão utilizadas.

7 ANÁLISE

Episódio 1

Steve Murphy é apresentado ao telespectador desde o início do primeiro episódio, onde narra a facilidade do governo americano em rastrear as nossas informações. Na Colômbia de 1989, sem celulares e internet, a espionagem era realizada através de interceptações de telefones via satélite. Murphy recebe a informação de um agente americano com o local onde alguns *sicários* - nome dado aos narcotraficantes - irão se encontrar. O agente então liga para Coronel Carrillo, líder do Grupo de Busca da Colômbia, para repassar a informação. Nessa cena, o personagem do agente Javier Peña aparece pela primeira vez. Ele está junto ao Coronel Carrillo, bebendo cerveja e fumando cigarro em um bar.

Ao longo do episódio, enquanto Murphy explica ao telespectador de onde surgiram os primeiros laboratórios de cocaína na Colômbia, países como Chile e Peru aparecem na narrativa, porém apenas como produtores da droga. Em uma das primeiras cenas do

personagem de Pablo Escobar, em que ele e seu primo Gustavo conhecem a cocaína por meio de um traficante e passam a enxergá-la como potencial econômico, a influência da cultura mexicana também é revelada através de uma banda onde todos os integrantes usam sombreros e tocam músicas típicas dessa região.



Figura 6: Representação de laboratórios de cocaína no Chile, 1973 (Fonte: Narcos, 2015).



Figura 7: Representação de Miami, 1979 (Fonte: Narcos, 2015).

Já Miami, cidade natal de Steve Murphy, é descrita pelo personagem como um paraíso, onde a única preocupação dos policiais no início da década de 1980 era com a apreensão de maconha. Murphy, então, aparece vitorioso, à luz do dia, confiscando de um adolescente uma grande quantidade dessa droga. Ele feliz, se vira para seu parceiro de profissão, afirmando que aquilo significava uma promoção no trabalho. Para comemorar, o agente vai com seus amigos jogar boliche e lá tem o primeiro contato com a sua futura esposa.

É importante descrever as formas de interação dos agentes com outros personagens pois, no decorrer da série, seus comportamentos mudam, principalmente o de Murphy, quando passa a viver uma outra realidade na Colômbia. Aqui já é possível perceber que ele interpreta um policial de boa conduta, tanto pessoal quanto profissional. Já Peña tem um comportamento mais informal e solto.

A cidade colombiana de Medellín é apresentada pela primeira vez através de uma imagem aérea e, logo em seguida, os laboratórios de cocaína se mostram em funcionamento em meio a mata. Aqui, o personagem de Pablo Escobar é visto levando algumas prostitutas brasileiras para divertimento dos funcionários do laboratório, onde reforça um estereótipo recorrente ao afirmar que elas possuem “os melhores traseiros do mundo”. Pilotos latinos aparecem recebendo propina de narcotraficantes para que levem a droga até Miami. Policiais do *DAS*, órgão descrito como o “FBI colombiano” e, portanto, tecnicamente incorruptível, são subordinados por Escobar para liberarem as rotas de tráfico dentro do país.

A imagem da Colômbia como uma região em que os agentes policiais são facilmente corrompidos, dando espaço à livre circulação de drogas em meio a ambientes festivos e de prostituição, é então formada desde o primeiro episódio da série. Miami passa a ser representada como uma cidade que sofreu com o consumo da cocaína, porém sempre se reforça o bom desempenho dos policiais, realizando grandes operações e apreendendo várias toneladas da droga nos portos.

Esses aspectos trazidos no primeiro episódio reforçam os efeitos da mundialização do conteúdo audiovisual apontados por Lorenzo Vilches (2008), dentre eles a presença de

uma filosofia globalizadora e a uniformização dos conteúdos decorrente da adaptação dos formatos da ficção nacional e ibero-americana. Os Estados Unidos molda parte de seu conteúdo audiovisual com base nos quase 60 milhões de latinos que vivem no país (de acordo com estimativas do Censo, 2016), sendo possível enxergar que algumas narrativas criadas têm a intenção de despertar identificação deste público com o conteúdo assistido. Nota-se aqui que a mundialização do audiovisual está atrelada à conquista de mercado.

Em uma das cenas em solo americano, Murphy mata um jovem traficante em uma troca de tiros. Foi a primeira vida tirada por ele durante sua carreira policial. O personagem aparece visivelmente abalado conversando sobre o assunto com Connie, sua esposa. A situação se agrava quando Murphy também perde seu parceiro policial em uma troca de tiros com traficantes colombianos no estacionamento do aeroporto de Miami.

No fim do episódio, o agente aparece se mudando para a Colômbia com Connie. Murphy conversa com o telespectador contando que seu pai serviu aos Estados Unidos na II Guerra Mundial e que, neste momento, sua luta é combater a cocaína na Colômbia. O flashback se encerra e Murphy aparece, um ano depois, contando quantos narcotraficantes morreram na operação mostrada no início do episódio que ele ajudou a realizar. Em sua narrativa, o agente agora confessa que seu patriotismo já não existe mais e que “bom” e “mau” são conceitos relativos.



Figura 8: Murphy no aeroporto com a esposa indo para a Colômbia (Fonte: Narcos, 2015).

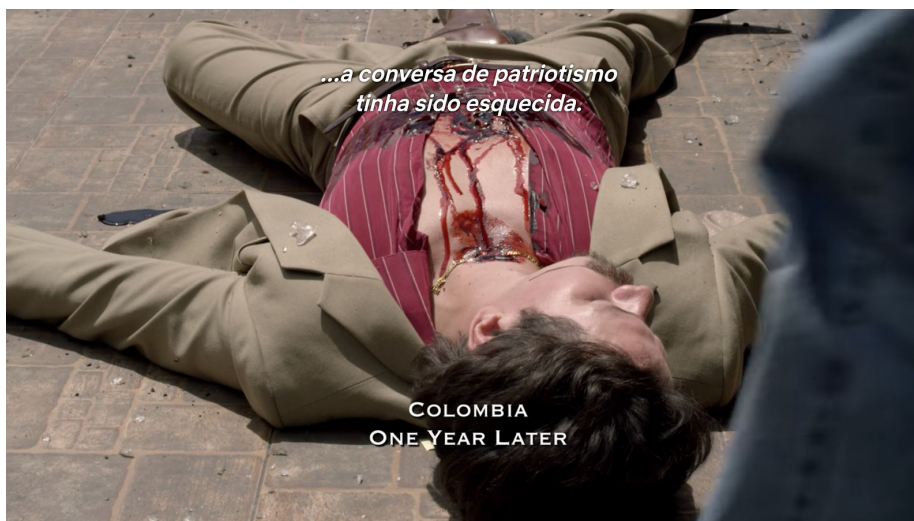


Figura 9: Cena seguinte: Murphy contando o número de narcotraficantes mortos pelo Grupo de Busca liderado por Coronel Carrillo (Fonte: Narcos, 2015).

As representações territoriais neste episódio entre Estados Unidos e Colômbia também foram bem marcadas através da direção de fotografia. Na retratação dos narcotraficantes e dos laboratórios de cocaína foi utilizado um movimento de câmera mais solto e com mais movimento, que auxilia na dinâmica e suspense das cenas. Já para retratar Miami, a presença de imagens estáveis, com câmera no tripé, são bem mais recorrentes. Elas contribuem para a construção da narrativa de uma cidade bonita e segura, onde os policiais honestos batalham diariamente para combater o crime na região.

Em relação à construção dos personagens já é perceptível que o comportamento de Murphy se aproximará do de seu novo parceiro de trabalho, Javier Peña. Aqui a representação territorial colombiana também exerce um papel importante no desenvolvimento de ambos os personagens. Em meio à um ambiente de guerra entre a polícia e o narcotráfico, representado de forma muito diferente do que aquele visto em território norte-americano, Murphy e Peña passarão por muitas mudanças ao longo da série.

Episódio 2

Nos primeiros minutos do segundo episódio, imagens aéreas das Bahamas e da Floresta Amazônica são mostradas. Connie e Murphy enxergam esses dois territórios de

cima, no avião a caminho da Colômbia, e fazem comentários elogiando a beleza dos lugares. Narrando a rota aérea dos narcotraficantes até Miami, o agente conta ao telespectador que as coisas funcionavam de forma diferente em solo latino. Os grandes laboratórios de cocaína são vistos de perto em meio a mata. Esse contraste de percepções em relação aos territórios exemplifica precisamente o ponto de vista do turista ao chegar em países da América Latina. Em grande parte existe a fascinação pela beleza exótica versus os olhares atentos e focados à violência e criminalidade.

De acordo com Martín-Barbero (1992, p. 42), o realismo retratado nas telenovelas dos anos 1990 foi um meio encontrado pelas regiões, com suas diversidades, buscas e identidades culturais, de exibirem aspectos de sua nacionalidade. Neste contexto, surgiu o termo *narconovela*, como uma forma particular dos países latinos de retratar algo que estava acontecendo em seu território.

A narrativa do narcotráfico passou a se reproduzir tanto que acabou por se tornar uma espécie de estereótipo da América Latina, abrindo espaço para uma representação que muitas vezes não explora outros aspectos dessa cultura. O motivo disso é que, na maioria das vezes, o conteúdo é direcionado ao público exclusivamente estadunidense, tendo como objetivo facilitar o entendimento das situações retratadas.

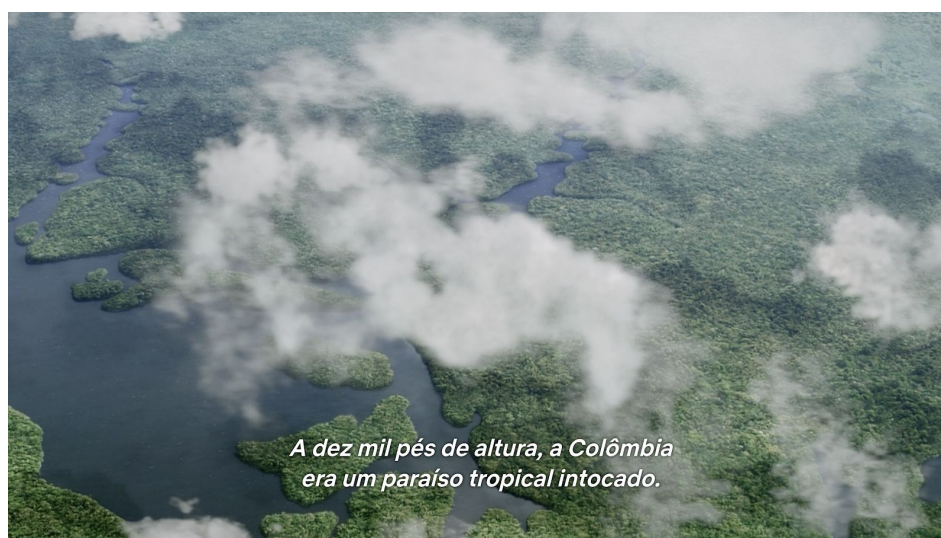


Figura 10: Plano aéreo da Floresta Amazônica colombiana (Fonte: Narcos, 2015).



Figura 11: Plano seguinte dos laboratórios vistos do solo (Fonte: Narcos, 2015).

Ao chegar no aeroporto da Colômbia, Murphy e Connie são barrados pela alfândega. O agente alfandegário alega que há problemas com a documentação do gato do casal e ele só os libera após fazer uma cópia do passaporte de Murphy. Seus dados são então passados diretamente para os traficantes através de um fax, mostrando mais uma vez a facilidade de subordinação de funcionários do governo colombiano.

Em sua segunda aparição na série, o personagem de Javier Peña está acompanhado de uma prostituta, que aceita ser sua informante em troca de um visto para os Estados Unidos. Ela conta ao agente que os narcotraficantes realizarão uma reunião de negócios em um lugar afastado. Peña então organiza uma operação com o Grupo de Busca para prender Pablo Escobar. Neste momento, Murphy é propositalmente deixado para trás por seu parceiro e mais tarde, após o fracasso da operação, ambos brigam pelo acontecido.

Peña e Carrillo, policiais que trabalham a mais tempo em solo colombiano, acreditam que Murphy ainda não seja “corrupto suficiente” para encarar o modo de trabalho adotado por eles no combate ao narcotráfico. O “gringo”, como é enxergado por todos, não está acostumado ao nível de violência que ronda este universo. Ele acredita que conseguirá fazer a diferença praticando os mesmos métodos aplicados em Miami. Connie também

segue o mesmo princípio ao oferecer trabalho voluntário como enfermeira em uma comunidade local.

A disparidade entre Peña e Murphy também reforça estereótipos. O agente vindo de Miami representa o policial incorruptível que combate o crime obedecendo as leis. Já Peña é representado como aquele que prefere as noitadas com prostitutas e que lida com os narcotraficantes de forma mais violenta, sendo seu próprio nome uma porta de entrada para que rótulos latinos sejam enraizados em suas atitudes.

Episódio 3

Alguns elementos da narrativa deste episódio reforçam a imagem de soberania dos Estados Unidos perante os demais países. Logo no início, a morte violenta de Enrique “Kiki” Camarena (1985), ex-agente do DEA, por narcotraficantes de Guadalajara, é citada por Peña. Através de sua “conversa” com o telespectador, Murphy explica que os Estados Unidos fez justiça a Kiki, matando os integrantes do cartel envolvidos no assassinato. A escolha de suas palavras reforçam que o “tio Sam” consegue fazer justiça com as próprias mãos, mesmo lidando com narcotraficantes violentos.

Essa lógica de dominação também é exemplificada em cenas onde a dupla de agentes do DEA aparece pagando propina a policiais e outras pessoas em troca de informação. “Com dinheiro suficiente, conseguimos fazer qualquer coisa”, diz Peña à chefe da Embaixada Americana, quando questionado se conseguiria encontrar os narcotraficantes que invadiram a casa de Murphy e executaram o seu gato.

Ortiz (1994, p. 90) conceitua de forma clara este cenário exposto na série ao afirmar que a hegemonia norte-americana dentro do campo da indústria cultural é muito forte, chegando a “dominar a produção e a distribuição mundial da dramaturgia televisiva, filmes e publicidade.” Sendo assim, não se questiona a centralidade do imperialismo, e sim, torna-se mais verídico esse conceito através de estratégias de dominação (1994, p. 92). Complementando esse pensamento, Jeremy Tunstall (1977) afirma que, junto com a indústria cultural dos Estados Unidos, surgiu o conceito de uma cultura sedutora que possui um potencial de universalização muito grande. Ao retratar o poder dos Estados

Unidos sobre outras culturas na série, os roteiristas também reforçam esse aspecto de dominação do audiovisual norte-americano perante os demais.

Em termos de construção de personagens na narrativa, é possível notar que Murphy começa a compreender que ele precisa exercer seu lado corrupto para conseguir atingir seus objetivos. Dessa forma, ele não mais questiona os métodos de suborno utilizados por Peña e os dois passam a se tornar mais próximos.

Contudo, Murphy ainda se sente isolado dos demais por não dominar a língua espanhola. Traços de sua preocupação com as consequências de seu ofício ainda são perceptíveis quando o agente admite ter se sentido culpado, pela primeira vez, por causa de seu trabalho. A razão disso é que Embaixada Americana consegue provar a Rodrigo Lara - Ministro da Justiça colombiana - que o então deputado Pablo Escobar doou dinheiro proveniente do narcotráfico ao Novo Partido Liberal. Lara se posiciona publicamente e exige a renúncia de Escobar. Como consequência, o Ministro da Justiça é assassinado por sicários ao fim do episódio.

Episódio 4 e 5

As negociações governamentais em prol da extradição dos narcotraficantes aos Estados Unidos resulta em vários comparativos entre os dois países neste episódio. É interessante perceber que as escolhas de fotografia e roteiro continuam pendendo para o lado da soberania norte-americana. Logo no início, Murphy traça um paralelo entre o sistema carcerário da Colômbia e dos Estados Unidos. No país latino, os presidiários são retratados como pessoas que recebem constantes regalias, com fáceis direitos de redução de pena. “É uma piada”, afirma Murphy. Para falar das prisões nos EUA, o agente ironiza que o fato de Pablo Escobar ser o sétimo homem mais rico do mundo não faz diferença, ele ainda teria que cumprir pena como os demais, em uma cela de 1,80 x 2,50m.

Para a série, é inquestionável que o sistema carcerário norte-americano é demasiadamente mais eficaz do que o da América Latina, mas aqui é importante reforçar a ironia e o patriotismo presentes no roteiro e no tom de voz do narrador da série. O lado sarcástico também se encontra nas falas do Coronel Carrillo, que não concorda que a

intervenção americana é a solução para o problema do narcotráfico. Em conversa com Murphy, o Coronel afirma que a extradição só funcionará se Pablo Escobar for pego. Murphy comenta que com a ajuda deles, o feito será concretizado. “Ah, claro, gringos ao resgate”, ironiza Carrillo, com a intenção de deixar claro que a captura de Escobar é uma tarefa muito difícil.

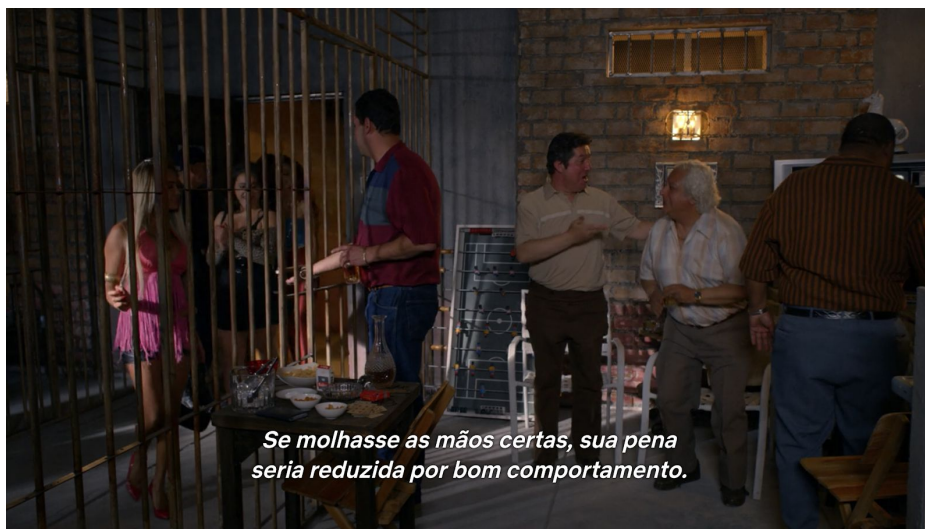


Figura 12: Representação das prisões na Colômbia (Fonte: Narcos, 2015).



Figura 13: Representação das prisões nos Estados Unidos (Fonte: Narcos, 2015).

O patriotismo latino também toma espaço através da cena em que Escobar redige uma carta ao candidato à presidência, Luis Carlos Galán. Nela, o narcotraficante utiliza o mesmo argumento de Carrillo - à respeito da interferência dos Estados Unidos na política da Colômbia - para falar sobre a extradição.

“E para concluir, quero expressar meu veemente protesto contra a interferência inadequada da América do Norte que implica a violação mais flagrante da soberania da nossa pátria” (Fala do personagem de Pablo Escobar no quarto episódio da primeira temporada de *Narcos*, 2015).

É interessante notar que o estereótipo de cordialidade dos países latino-americanos, em relação aos seus turistas, também toma espaço neste episódio. Em uma das cenas em que os dois agentes estão em uma sala de arquivo que reúne várias provas confidenciais contra Escobar, Peña pede à Murphy que esconda um dos documentos em seu paletó. Receoso, Murphy não aceita, porém Peña o convence afirmando que ele é um convidado de pele branca na Colômbia, portanto ele nunca será revistado pelos guardas na saída.

Aqui se torna importante retomar que o audiovisual contemporâneo se baseia nos conteúdos produzidos e distribuídos pelos Estados Unidos. O ponto de vista dessas grandes produções sobre outras culturas acaba influenciando a produção de conteúdo de outras nações. De acordo com pesquisa do Ibope Colômbia (2016), as temáticas mais presentes no audiovisual deste país são a corrupção, conflitos familiares e narcotráfico. Conclui-se que a visão da América Latina projetada pelos Estados Unidos reflete na forma como os próprios latino-americanos enxergam a si mesmos. *Narcos*, mesmo se esforçando para ressaltar outros pontos além do narcotráfico, ainda peca em retratar uma Colômbia estereotipada.

Várias cenas de arquivo são utilizadas neste episódio, principalmente para mostrar o sucesso da política da extradição, com a prisão e condenação do narcotraficante “Lehder” nos Estados Unidos. Pronunciamentos do ex-presidente norte-americano Ronald Reagan também são constantes, reforçando que, assim como os comunistas, os narcotraficantes colombianos devem ser combatidos com força total. Seus discursos, mais uma vez, abrem espaço para que Murphy continue a afirmar ao telespectador que o

sistema de espionagem e demais recursos cedidos pelo governo estadunidense foram essenciais para o fechamento de laboratórios de cocaína na Colômbia.

O episódio 5 é focado na morte do candidato Galán e no contínuo apoio da extradição pelo governo colombiano através de César Gaviria, seu substituto na corrida presidencial. A narrativa é muito mais focada nos planos dos narcotraficantes para combater a extradição e se prepararem contra o futuro governo de Gaviria, sendo aqui um episódio não tão relevante para análise, em termos de representação territorial e dos agentes do DEA.

Episódio 6

Imagens aéreas da Colômbia de 1989 mostram os bairros mais pobres da cidade, onde policiais armados organizam revistas para tentar controlar a passagem de narcotraficantes. Várias imagens de arquivo são apresentadas ao telespectador para ilustrar a guerra contra o governo declarada por Escobar, onde centenas de policiais foram mortos.

É interessante notar que os personagens de Murphy e Peña crescem de forma significativa neste episódio. Ao organizar a fuga de Elisa, uma integrante do M-19 (grupo comunista guerrilheiro), que certa vez forneceu informações relacionadas ao narcotráfico à Connie, Murphy demonstra seu lado patriótico mais uma vez. O agente afirma que quer acabar com Escobar, Elisa então retruca que também quer vê-lo morto. Quando Murphy responde que o DEA não é um “esquadrão da morte”, a guerrilheira declara que ele claramente não conhece a história dos EUA na América Latina. O agente se mostra muito ofendido e fica furioso, mas os dois encerram a briga por uma intervenção de Connie.

Aqui, mais uma vez, fica claro que Murphy ainda se enxerga como o herói americano dentro desta narrativa. Porém, apesar de haver dentro dele tamanha disciplina e vontade de fazer a diferença representando seu país, o agente já adquiriu outras características que antes eram mais vistas em Peña. Em uma das cenas, ao ser zombado por seu espanhol falho, Murphy demonstra extrema agressividade com um de seus informantes. Ele também passou a fumar e beber mais durante as cenas. Até o comportamento de

Connie apresenta mudanças. Mesmo sabendo que esconder a identidade de uma comunista é considerado uma traição ao governo, Connie ajuda seu marido a cobrir os rastros de Elisa, sendo, neste caso, tão “corrupta” quanto ele.

O personagem de Carrillo também carrega traços fortes de patriotismo, demonstrando que se preocupa muito com os homens que compõem o seu batalhão. Por essa razão, afirma que os narcotraficantes devem ser mortos ao invés de extraditados aos Estados Unidos. Peña se posiciona de forma contrária. Ele, assim como Murphy, também tem a vontade de mostrar à todos que a extradição é eficaz.

“Navegante”, um dos *sicários* do narcotraficante Gacha, se encontra com Carrillo e Peña, em Cartagena, para oferecer informações. Apesar de não confiar plenamente no que escutou de “Navegante” e ter suas dúvidas em relação à operação que será realizada para prender Gacha, Carrillo decide assumir o risco, mas afirma que Peña terá que “carregar isso em sua consciência, caso [a operação] dê errado”. Nas cenas seguintes, Peña passa a enxergar a situação como o Coronel, pensando de forma passional nas mortes já causadas por Escobar.



Figura 14: Carrillo e Peña obtém informação de “Navegante”. A escolha da direção de fotografia em utilizar uma iluminação que apenas revela a silhueta dos personagens transmite certa suspense à cena. (Fonte: Narcos, 2015).

No dia da realização da operação, Peña tem a oportunidade de capturar Gacha com vida, mas decide matá-lo. Aqui fica clara a influência dos traços patrióticos de Carrillo no

personagem do agente. O objetivo já não é mais provar ao governo colombiano e ao mundo que a extradição dos narcotraficantes solucionará o problema do consumo e exportação da cocaína, mas sim, considerar o fator extra de que a população colombiana é a que sofre as maiores consequências deste cenário.

Em termos narrativos, enxerga-se que Murphy e Peña cada vez mais sofrem mudanças em suas personalidades por situações externas. O agente vindo de Miami, uma vez inserido no ambiente violento da Colômbia, se torna cada vez mais agressivo, utilizando métodos não tão honestos para acabar com o narcotráfico. Já Peña, ao se aproximar de Carrillo, percebe que o problema da droga no país vai muito além do que ele consegue enxergar e isso reflete em suas ações como agente do DEA.

A maneira como a identidade destes dois personagens é inserida na narrativa de *Narcos* pode ser considerada como uma representação do conceito de frentes culturais proposto por González (2012, p.136), sendo possível enxergar a convergência e integração simbólica entre os Estados Unidos e Colômbia através das mudanças no arco narrativo dos agentes ao longo da série.

Episódio 7

Em novembro de 1989, o avião 727-100 da Avianca explodiu nos ares à mando de Pablo Escobar. A intenção do narcotraficante era matar César Gaviria, que por pouco não embarcou no voo. O atentado fez com que o candidato se tornasse ainda mais popular e, em 1990, Gaviria assumiu a presidência da Colômbia. Essa narrativa chega ao telespectador através de imagens de arquivo, juntamente com a narração do agente Murphy.

Uma de suas primeiras medidas como presidente é negar os serviços do DEA na captura dos narcotraficantes. De acordo com Eduardo Mendonza, seu assessor, a população colombiana está cansada dos “soldados americanos que interceptam ligações telefônicas”. Nota-se também um certo ar de orgulho em tentar resolver o problema das drogas no país sem a intervenção dos EUA. Gaviria dá completa autonomia ao Coronel Carrillo e reforça que o Grupo de Busca deve agir de forma violenta.

Murphy e Peña se veem presos à seus escritórios e à um cotidiano burocrático. Sem a possibilidade de executarem operações de busca, os agentes recorrem às logísticas de rastreamento da CIA e passam a ir atrás dos narcotraficantes sem reforço policial. O Cartel de Medellín utiliza a estratégia de sequestrar filhos de figuras políticas para forçar o presidente a negociar algumas condições. Escobar reforça que a guerra e a violência continuarão, caso Gaviria insista com a perseguição aos narcotraficantes. O presidente, então, sofre uma pressão interna muito grande por parte dos familiares dos sequestrados e da própria população colombiana. Sua próxima decisão é negociar com Escobar e permitir que o DEA volte a usar seus recursos para ajudar o governo colombiano.

As ações policiais em prol da captura de Escobar, cada vez mais frequentes, têm afetado o mercado da cocaína. O narcotraficante decide se reunir com o Cartel de Cali para negociar territórios de vendas nos Estados Unidos. Algumas imagens de arquivo mostram um comparativo entre Miami, “pertencente” ao Cartel de Medellín, e Nova York, onde o Cartel de Cali mantém sua clientela. Murphy, em sua narrativa, coloca duas características principais da cidade da Flórida: piscinas e garotas de biquini. Já para descrever a “cidade que nunca dorme”, o agente utiliza as palavras “elegante”, “suave” e “sutil”, fazendo referência, também, a forma de trabalho do Cartel de Cali. Aqui, imagens de arquivo das baladas novaiorquinas do fim da década de 1980 são exibidas enquanto Murphy conta que a droga fazia parte da diversão noturna, permitindo ainda que todos fossem trabalhar em Wall Street na manhã seguinte.

É importante pontuar que, no início do episódio, durante uma reunião com os agentes do DEA e da CIA, Gaviria cita trechos da carta escrita pela chefe da Embaixada Americana que reforçam que 660 toneladas de cocaína foram consumidas nos Estados Unidos no ano de 1989. Porém, nos próximos minutos, esse argumento só está presente na fala de Murphy, ao retratar as cidades de Miami e Nova York. As imagens de arquivo selecionadas não exibem nenhuma situação de consumo da droga ou violência gerada por isso.



Figura 15: Imagem de arquivo retratando Miami (Fonte: Narcos, 2015).



Figura 16: Imagem de arquivo retratando Nova York (Fonte: Narcos, 2015).

A proposta deste episódio de deixar mais clara a relação entre Estados Unidos e Colômbia se relaciona com a segunda dimensão do cinema transnacional colocada pelas autoras Valdellós e Muñoz (2011). Estabelecendo um contraponto entre o global e o local, partindo de territórios geográficos, o episódio 7 ressalta que identidades particulares tornam o cenário do narcotráfico na série mais plural. O multicontextualismo sustenta a

narrativa, pois as identidades nacionais e locais só podem persistir quando as colocamos dentro do universo transnacional.

Em termos de construção de personagem, fica evidente que, a medida que o Cartel de Medellín passa a agir com mais brutalidade, o patriotismo de Murphy aos poucos diminui. Em uma perseguição aos narcotraficantes dentro de uma comunidade, Murphy e Peña se deparam com um bebê que acabou de se tornar órfão, pois dois sicários executaram a mãe dentro de casa. “Está na hora de meter uma bala em Escobar”, afirma Murphy. Ele decide levar a criança para casa e Connie demonstra estar muito feliz com a situação.

Enquanto o telespectador percebe que a personalidade de Murphy está sendo afetada pelos acontecimentos vividos na Colômbia, esse ocorrido surge para exaltar seu lado de “pai de família”, ajudando a compor a figura de “herói americano”. A inserção de uma criança em sua cotidiano se torna mais um motivo para que o agente queira derrotar Pablo Escobar.

Episódios 8 e 9

O foco narrativo do fim da temporada passa a ser as negociações de Pablo Escobar com o governo colombiano. Para que a guerra no país acabe, o narcotraficante reivindica a abolição da extradição e afirma que só se renderá caso possa construir sua própria prisão na Colômbia. Sofrendo pressão de todos os lados, principalmente da população que quer um fim à violência gerada pelo narcotráfico, Gaviria decide atender às solicitações de Pablo Escobar. O Grupo de Busca é extinto e o Coronel Carrillo é enviado à Espanha.

Mesmo dentro da prisão de luxo, o Cartel de Medellín continua a exportar cocaína, o que incomoda profundamente os agentes do DEA que foram deixados de escanteio. Murphy e Peña seguem obtendo informações sobre Escobar por debaixo dos panos. “Nesse momento é preciso quebrar as regras”, afirma Murphy, e completa afirmando que, na Colômbia, bom e mau são conceitos relativos.

O episódio 9 retrata a vida tranquila em Medellín após a rendição de Escobar. É a primeira vez que cenas de situações tranquilas e felizes na cidade são mostradas na série.

A direção de fotografia opta por captar momentos em dias de sol e em lugares públicos, como parques. Murphy conversa com o telespectador sobre o processo de adoção da criança colombiana resgatada por ele, enquanto caminha tranquilamente com Connie em uma floricultura. Apesar do agente aparentemente estar desfrutando dessa tranquilidade, ainda é possível enxergar traços de sua agressividade conquistados ao longo da série.

Em uma briga de trânsito, Murphy chega a sacar sua arma e a aponta diretamente na cabeça do homem com quem estava argumentando. A cena termina com o agente dando um tiro no pneu do carro da frente e Connie, no banco do passageiro, mostra-se extremamente surpresa e assustada. Em uma outra situação, onde ambos os agentes conversam com um motorista que transporta pessoas e objetos, na caçamba de seu caminhão, até a prisão de Escobar, Peña também se espanta com a agressividade de Murphy, que coloca uma de suas mãos no pescoço do motorista e o sufoca.

Nota-se que o agente mudou seus conceitos sobre o que é certo. Neste momento, o objetivo é provar que Pablo Escobar não está cumprindo a pena como deveria, mas para que isso aconteça, regras deverão ser quebradas por parte dos policiais. Ele, juntamente com Peña, adquiriu um novo método de trabalho, onde os protocolos já não são mais seguidos por não serem eficazes na luta contra o narcotráfico.

Episódio 10

Com os esforços e sucesso dos agentes do DEA em provar que Pablo Escobar estava recebendo regalias de fora da cadeia, o presidente Gaviria decide ativar as Forças Especiais para tentar capturar o narcotraficante e transferi-lo à uma prisão militar. Murphy e Peña foram suspensos pela chefe da Embaixada Americana por terem conseguido tal feito sem autorização do departamento de investigação. “Graças a mim e Peña, a Colômbia estava mandando o exército atrás de Escobar”, afirma Murphy, que encara, ironicamente, o seu afastamento como uma licença paternidade.



Figura 17: Murphy falando sobre sua conquista em mostrar ao governo colombiano que Escobar não estava cumprindo a pena como deveria (Fonte: Narcos, 2015).

O episódio final da série foca na tentativa das forças policiais colombianas em tentar capturar Escobar de dentro da *La Catedral*, a prisão construída por ele. Por fim, o narcotraficante obtém sucesso utilizando suas rotas de fuga e Gaviria volta a se preocupar com a futura guerra que tomará conta da Colômbia novamente.

Murphy é sequestrado por Pacho Herrera, um dos líderes do Cartel de Cali, que quer a ajuda do DEA para vingar os familiares de seus conhecidos mortos por Escobar. Como chantagem, Pacho utiliza fotos de vítimas inocentes e alguns sicários assassinados pelo Grupo de Busca em uma operação que o agente ajudou a esquematizar. O narcotraficante percebe que Murphy carrega uma parcela de culpa por ter tirado aquelas vidas e afirma que o governo da Colômbia “não gosta de esquadrões da morte apoiados por americanos”.

Após a conversa, Murphy é liberado e volta a Medellín, onde Connie o espera angustiada. Como desabafo, sua esposa afirma que só quer voltar para casa. Ela se refere a Miami. O agente a olha e segundos depois afirma que a Colômbia é o seu novo lar agora. Connie fica muito ofendida e sai. Neste momento, a narrativa icônica do agente conta ao telespectador que em menos de uma hora após a fuga de Escobar, a notícia de que a guerra voltaria já tinha sido espalhada por toda a Colômbia. Mas dessa vez seria

diferente. O governo colombiano e o DEA não estavam dispostos a negociar. A condição era ver Pablo Escobar morto.



Figura 18: Murphy falando de Escobar para o telespectador (Fonte: Narcos, 2015).

As cenas descritas acima são importantes para compreender a construção do personagem do agente Murphy ao longo da temporada. Neste último episódio, é possível enxergar, com mais nitidez, como o policial transfere o significado de seu patriotismo. O conceito aos poucos passa a ser associado por ele como algo relacionado ao objetivo final, e não ao processo como um todo. Um exemplo disso é a aquisição, no exercício de sua profissão, da mesma tática utilizada pelos narcotraficantes para obter informações: a violência.

Capturar Escobar já não é suficiente. É preciso matá-lo. A vontade de adquirir sucesso em sua função perde a relação com o fato de representar da melhor maneira possível o seu país na Colômbia. Ela passa a ser algo mais pessoal. É interessante perceber como a série reforça, de forma bem pontual, os fatores que influenciam Murphy nessa trajetória: a convivência com Peña, a exposição à violência extrema dos narcotraficantes, a corrupção das instituições públicas e a imersão na cultura colombiana - onde as pessoas são facilmente persuadidas por dinheiro.

Peña também apresenta mudanças. Seu lado “corrupto” é retratado desde o início da temporada, porém, assim como Murphy, sua motivação também é ver Escobar morto. Ao longo da narrativa, Peña amplia seu ponto de vista em relação ao cenário do narcotráfico na Colômbia e suas consequências. Ao trabalhar mais intimamente com o Coronel Carrillo, o agente passa a se sensibilizar com as vidas dos inocentes mortos pelo “império da cocaína”.

Em termos de representações territoriais, o último episódio não mostra nada novo. A direção de fotografia continua a utilizar a técnica de câmera instável para retratar os momentos de tensão. Cenas dramáticas ou de suspense são feitas com pouca luz, escolha que permite uma melhor imersão do telespectador na narrativa.

Neste final de temporada, é importante ressaltar um aspecto positivo e importante da transnacionalização: a maior visibilidade da cultura latina perante o mundo. Porém, junto à isso, está atrelado o apontamento de Canclini (2003, p. 97) de que o espaço latino-americano está se tornando um espaço euro-americano ou inter-americano. A visão da Colômbia transmitida em *Narcos* está sempre associada ao ponto de vista americano, o que, na maioria das vezes, interfere na representação da individualidade e particularidades dessa região no audiovisual.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo inicial deste Trabalho de Conclusão de Curso era compreender como a indústria hollywoodiana produz narrativas sobre a América Latina. *Narcos* foi escolhida como objeto de pesquisa pois, apesar de ser uma série produzida por profissionais dos Estados Unidos, Brasil, Chile, Colômbia e Canadá, ela foi exclusivamente roteirizada por estadunidenses. Dessa forma, o produto audiovisual fica suscetível à replicação de inúmeros estereótipos sobre a Colômbia, dando margem para a má recepção da série dentro deste país que está sendo representado.

Por outro lado, a escolha da narração ser feita por um personagem estadunidense facilita o engajamento do público mundial, mesmo que a maioria esmagadora da série se passe em território colombiano, com personagens falando a língua espanhola. Esse formato narrativo cai no processo de mundialização do audiovisual citado por Lorenzo Vilches (2008), onde a uniformização do conteúdo transmite uma filosofia globalizadora, às vezes desigual, que atua junto às indústrias nacionais de ficção frente aos mercados internacionais. Conforme destacado por Ortiz (1994), a hegemonia norte-americana dentro do campo da indústria cultural é muito forte, sendo possível traçar um paralelo entre a questão da dominação estadunidense com as culturas nacionais. Quando representadas por uma única perspectiva, as identidades latino-americanas acabam sendo vistas de forma hegemônica.

As narcosséries utilizam a apropriação cultural para vender entretenimento. Em meio ao luxo em excesso e a ascensão ao poder conquistada de forma rápida, os narcotraficantes passam a ser figuras empreendedoras. O lema “viver rápido e morrer cedo”, muito presente no ambiente do tráfico de *Narcos*, é o que fascina a indústria cultural, segundo Rincón (2013). As narrativas deste gênero geralmente incluem críticas às autoridades - mostrando policiais e políticos corruptos envolvidos com os cartéis de drogas - o amedrontamento dos Estados Unidos, a cultura da ostentação e a adrenalina despertada pela violência resultante deste mundo de ilegalidades. Todos esses aspectos estão muito presentes na primeira temporada da série aqui analisada, garantindo que o público mundial permaneça consumido o produto até o final.

Se analisarmos como as cenas envolvendo drogas são apresentadas ao telespectador, conseguimos compreender melhor de onde vem esse fascínio pelo ilícito. Apesar desse aspecto não ter sido o foco da análise, é importante citar como ele é essencial para reforçar o paradigma das drogas na América Latina. A construção das imagens do consumo de substâncias tóxicas busca despertar certa curiosidade, seja através de uma trilha sonora mais descontraída ou da criação de um ambiente erótico atrelado àquilo que é ilegal, proibido. Na série, esse cenário é utilizado para representar o ambiente de drogas na Colômbia, mas também em Nova York, durante a vida noturna da cidade.

Narcos, apesar de reforçar certos estereótipos, tenta incluir em sua narrativa pontos de vista diferentes que fazem um balanço entre o discurso colombiano e estadunidense acerca do narcotráfico. Constantemente na série é possível enxergar a resistência do governo da Colômbia em aceitar a ajuda norte-americana para capturar Escobar. O patriotismo é exibido de ambos os lados. Peña e Murphy insistem em tentar provar que a extradição dos narcotraficantes aos Estados Unidos poderia resolver o problema da cocaína na Colômbia e em Miami.

Apesar desta produção audiovisual fazer parte do gênero ficcional, não é possível diminuir a sua efetividade discursiva ou política. As identidades são fundadas dentro deste mecanismo de contar histórias aos outros e, de acordo com Stuart Hall (2013, pg. 109) o exercício da narração não estreita suas implicações na realidade que vivemos. Desde o primeiro episódio, este conceito é bem explorado na série. A cena de abertura mostra, através de legendas, a definição de realismo mágico - onde “uma situação realista altamente detalhada é invadida por algo que é estranho demais para acreditar” - com a intenção de já estabelecer o mote narrativo da série ao telespectador.

Dentro deste universo, em que a realidade, às vezes tão absurda que se camufla de ficção, é que nascem dois personagens existentes na vida real e que sofrem grandes transformações ao longo da série: os agentes do DEA. Em Miami, a grande preocupação de Steve Murphy era a maconha. Com uma boa conduta, o policial demonstrava muita satisfação em combater o consumo de drogas em sua cidade. Seu parceiro de trabalho

também tinha uma personalidade parecida com a sua, tanto na vida profissional, como na pessoal. Ambos possuíam um certo heroísmo em sua essência que era recompensado por eles mesmos com uma noite de cervejas e boliche.

Murphy, no primeiro episódio, já conhece Connie, que futuramente se tornará sua esposa. Portanto, desde o início da narrativa, o agente representa uma pessoa realizada com o seu trabalho, onde seu comprometimento se estende até os seus relacionamentos pessoais. Ao chegar na Colômbia, Murphy sente dificuldades em se sentir inserido. Seu espanhol é falho e Peña acredita que ele não é “corrupto suficiente” para encarar as operações policiais contra os narcotraficantes. O agente vindo de Miami estranha e desaprova os métodos de suborno utilizados por seu parceiro para obter informações.

Com o desenvolvimento da narrativa, Murphy e Peña se tornam mais próximos, sendo possível notar como as diferenças de personalidades afetam um ao outro. Se, no início, Murphy acreditava que a extradição dos narcotraficantes aos Estados Unidos seria eficaz para o combate do consumo de cocaína em seu país de origem, ao fim da primeira temporada o agente traça o objetivo de ver Pablo Escobar morto, custe o que custar. É interessante notar que, ao longo da narrativa, seu patriotismo não acaba, mas se transforma. O agente que antes seguia as regras à risca e representava a típica imagem hollywoodiana de herói americano, onde o dever de servir à sociedade veio de seu pai que representou seu país na Segunda Guerra Mundial, acaba se aproximando do comportamento agressivo dos policiais colombianos e narcotraficantes.

Ainda é possível notar sua vontade em provar que a captura de Pablo Escobar só é possível com a intervenção dos Estados Unidos nas decisões do governo colombiano. Essa característica também é bem marcada em sua narração ao longo da temporada. Mas por fim, Murphy mantém o mesmo pensamento, porém utilizando técnicas diferentes para atingir seu objetivo. As pessoas ao seu redor também percebem sua mudança de comportamento. Connie estranha as atitudes do marido e Peña se surpreende com os métodos violentos de Murphy para obter informações de seus informantes e dos narcotraficantes.

Em meio ao cenário de mortes gerado pelo tráfico de cocaína na Colômbia, Murphy é representado como o herói que sofre com as mudanças externas do ambiente e das pessoas à sua volta. Vários aspectos podem ser considerados aqui como influenciadores neste processo de transformação do personagem: o cotidiano violento das operações policiais realizadas para prender os narcotraficantes, a corrupção das instituições públicas, a imersão na cultura colombiana - onde as pessoas são facilmente persuadidas por dinheiro - e a convivência com Peña.

O roteiro, para o personagem de Murphy, foca em como aspectos negativos de um lugar diferente podem corromper um ser humano. A técnica não deixa de ser uma estratégia para atrair os olhos do público mundial. Como citado no subcapítulo das narcosséries, o narcotráfico, dentro deste cenário, deixa de agir no campo da ética para se mostrar presente no campo da estética. O agente de boa conduta também representa o turista em solo latino, que se vê maravilhado pela beleza exótica do lugar, mas sofre com o ambiente violento. Murphy acaba sendo a personificação deste estereótipo dentro da série.

Já o personagem de Javier Peña representa o estereótipo latino. Mesmo trabalhando para a Embaixada Americana na Colômbia como um agente do DEA, ele carrega em sua personalidade traços característicos de como o mundo enxerga a América Latina. Peña, desde o primeiro episódio, é retratado como um homem que infringe certas regras e vive em casas noturnas com prostitutas. Seu próprio nome abre espaço para a replicação de rótulos, fazendo com que esse personagem sirva como um contraste à personalidade de Murphy.

Apesar das diferenças óbvias entre os dois, Peña aplica a mesma dedicação que Murphy na missão de capturar Escobar. No decorrer da narrativa, ambos defendem que a extradição dos narcotraficantes aos Estados Unidos resolverá o problema da exportação e consumo da cocaína. É visível que essa vontade de acabar com a guerra causada pelo narcotráfico também se relaciona com o desejo de obter reconhecimento com tal feito. Murphy, ainda com mais intensidade que Peña, reforça que sem o apoio dos Estados Unidos oferecido ao governo colombiano, Escobar nunca seria capturado.

É interessante pontuar como esses dois personagens se transformam dentro da narrativa a partir da convivência um com o outro e da exposição ao ambiente hostil representado em solo latino. Murphy adquire, através de Peña, o perfil de quebrar regras para atingir seus objetivos. Sua conduta policial é afetada pelo cotidiano cada vez mais desafiador na Colômbia. Já Peña se torna mais passional, principalmente pela sua aproximação com o Coronel Carrillo. Ele passa a entender que quem mais sofre com a guerra travada contra o narcotráfico é a população colombiana.

Ao fim da temporada, o objetivo de ambos os agentes ainda é acabar com o império da cocaína de Escobar, mas os meios utilizados para isso se modificam assim como os personagens. No último episódio, é perceptível que Murphy e Peña carregam uma certa carga emocional junto ao exercício da profissão, o que os leva a quererem matar Pablo Escobar a qualquer custo.

Em termos de representações territoriais, *Narcos* também se apropria da visão exótica dos estrangeiros em relação à América Latina. Quando se muda para a Colômbia com Connie, Murphy ambienta o telespectador neste universo de beleza versus criminalidade que habita o território. As imagens aéreas facilitam o entendimento de que o país, visto de longe, consegue atrair vários turistas, mas que quando observado de perto, os problemas são muitos.

Miami, principalmente no início da temporada, também é retratada como um lugar turístico. Aqui a diferença é que nas cenas de criminalidade, Murphy é bem sucedido, na maioria das vezes, e consegue impedir o tráfico de maconha na cidade. Nova York é representada nos mesmos moldes que Miami. Imagens aéreas da cidade focam no porquê o Cartel de Cali exporta a droga para lá. As palavras utilizadas por Murphy para descrever o território são: elegante, suave e sutil.

Quando o agente narra ao telespectador como a cocaína chega até sua cidade, através dos *sicários* de Escobar, o foco passa a ser o bom desempenho dos policiais nas operações de apreensão da droga nos portos. Existem também momentos que retratam troca de tiros entre Murphy e traficantes, mostrando que o consumo da cocaína elevou o nível de violência em Miami. De acordo com dados de 2014 da revista Exame (disponível

em: <https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/miami-e-sede-da-copa-gracas-aos-milhares-de-imigrantes-latinos/>), a maior concentração de residentes de origem colombiana está no condado de Miami-Dade, com cerca de 114 mil pessoas. Isso abre possibilidades para que o roteiro construa uma narrativa onde Miami representa uma extensão da América Latina, afinal é lá que Murphy tira a vida de alguém pela primeira vez.

Por fim, fica clara a intenção dos criadores da série em atrair o olhar mundial para a história de Pablo Escobar. A visão hollywoodiana sobre o roteiro reforça um mote narrativo muito encontrado no cinema americano. Há o surgimento de um herói estadunidense e suas transformações sofridas através da conturbada vivência em um novo lugar. Há também a representação limitada de um país latino violento, onde as pessoas são facilmente corruptíveis em troca de dinheiro.

Como consequência, a série foi bem aceita pelo público mundial. Mesmo que inconscientemente, parte disso vem do reconhecimento de certos estereótipos pelos telespectadores. *Narcos* teria mais chances de ser bem recebida se retratasse uma história de narcotráfico que o público já se identifica.

Por outro lado e, pelos mesmos motivos, há o incômodo dos colombianos na forma como a história verídica foi retratada. Isso faz parte da recepção transnacional, que diverge da recepção tradicional. Conforme citado por Jesús Martín-Barbero (2009, p.56), parte da recepção vem de forma inconsciente, tanto em relação a estética da narrativa, quanto aos aspectos semióticos. Um exemplo disso é que grande parte do sucesso de *Narcos* no Brasil se dá pelo sentimento de identificação com a escolha de Wagner Moura, ator brasileiro, para interpretar Pablo Escobar.

Este Trabalho de Conclusão de Curso pode concluir que, pela forma como o produto audiovisual da indústria cinematográfica hollywoodiana se alastra ao redor do globo, a representação da América Latina ainda sofre com a intensificação de rótulos de forma negativa, podendo influenciar a forma como o próprio latino enxerga a sua identidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livros

BEIRED, José; BARBOSA, Carlos. **Política e Identidade Cultural na América Latina**. Editora UNESP, 2010.

CANCLINI, Néstor. **Consumidores e Cidadãos, conflitos multiculturais da globalização**. 8º edição. Editora UFRJ, 2010.

CANCLINI, Néstor. **A globalização imaginada**. Editora Iluminuras LTDA, 2007.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11º edição. DP&A Editora, 2006.

HALL, Stuart. **Da diáspora, identidades e mediações culturais**. Editora UFMG, 2003.

LADEIRA, João. **Imitação do Excesso - Televisão, streaming e o Brasil**. Folio Digital: Letra e Imagem, 2016.

LOPES, Maria; GÓMEZ, Guillermo. **Obitel 2017, Uma década de ficção televisiva na Ibero-América: análise de dez anos do Obitel (2007-2016)**. Editora Sulina, 2017.

LOPES, Maria; GÓMEZ, Guillermo. **Obitel 2016, (Re)Invenção de gêneros e formatos da ficção televisiva**. Editora Sulina, 2016.

LOPES, Maria; GÓMEZ, Guillermo. **Obitel 2012, Transnacionalização da ficção televisiva nos países ibero-americanos**. Editora Sulina, 2012.

LOPES, Maria; GÓMEZ, Guillermo. **Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas**. Editora Globo, 2009.

Artigos e monografias

ÁLVAREZ, Iván. **Mudar de Perspetiva: A Dimensão Transnacional do Cinema Português Contemporâneo**. 20f. Artigo - Universidad Estatal de Milagro (UNEMI), Milagro, 2016.

BAMBA, Mahomed. **Os espaços de recepção transnacional dos filmes: propostas para uma abordagem semiopragmática**. 18f. Artigo - Universidade Federal de Santa Catarina, Palhoça, 2013.

DA SILVA, Anderson. **Uma questão de método: a Análise de Imagens em Movimento aplicada à telenovela**. 11f. Artigo - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

EARP, Fábio; SROULEVICH, Helena. **O mercado do cinema no Brasil**. 27f. Artigo - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007.

GUEDES, Viviane. **A contribuição de Stuart Hall e Nestor Canclini para os estudos da identidade cultural contemporânea**. 13f. Artigo - Universidade Federal da Paraíba, 2013.

MAIA, Lucas. **Produção, distribuição e exibição - Cinema brasileiro da retomada (1995-2005)**. 83f. Monografia - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

RAMÍREZ, Diego. **A celebração do narco: telenovelas e series de ficção sobre o tráfico de drogas na televisão colombiana**. 15f. Artigo - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2013

RIBEIRO, Regiane. **Uma abordagem paranaense sobre o consumo cultural juvenil e a convergência midiática: um relato analítico**. 22f. Artigo - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016.

RINCÓN, Omar. **Todos temos um pouco do tráfico dentro de nós**: um ensaio sobre o narcotráfico/cultura/novela como modo de entrada para a modernidade. Artigo - Universidad de los Andes, Bogotá, 2010.

RINCÓN, Omar. **Narco.estética y narco.cultura en Narco.lombia**. Artigo - Revista Nueva Sociedad, nº 222, 2009.

Conteúdo online

'É um inferno fazer cinema no Brasil', afirma José Padilha. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2018/02/e-um-inferno-fazer-cinema-no-brasil-afirma-jose-padilha.shtml>> Acesso em: 23 de abril, 2018.

Entrevista con Wagner Moura, el Pablo Escobar de la serie 'Narcos'. Disponível em: <<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16547461>> Acesso em: 22 de setembro de 2018.

Estereótipos da América Latina: de Pato Donald a Narcos. Disponível em: <<http://projetocinegri.wixsite.com/blog/single-post/2016/04/12/Estere%C3%B3tipos-Am%C3%A9rica-Latina-de-Pato-Donald-a-Narcos>> Acesso em: 6 de dezembro de 2018.

Exclusive interview with Netflix series “Narcos” co-creator Chris Brancato. Disponível em: <<https://sofetchdaily.com/2015/10/21/interview-narcos-chris-brancato/>> Acesso em: 9 de setembro de 2018.

Launch of New Netflix Series Narcos. Disponível em: <<http://locationcolombia.com/lanzamiento-de-narcos-nueva-serie-de-netflix/?lang=en>> Acesso em: 9 de setembro de 2018.

NBC revela audiência das principais séries da Netflix. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/nbc-revela-audiencia-das-principais-series-da-netflix/>> Acesso em: 9 de setembro de 2018.

Netflix Expande seus Investimentos na América Latina e Anuncia sua Nova Série Original, Diablero, Filmada Inteiramente no México. Disponível em:

<https://media.netflix.com/pt_br/press-releases/netflix-expands-its-latin-america-investments-announcing-new-original-series-diablero-filmed-entirely-in-mexico> Acesso em: 15 de março, 2018.

Productora colombiana Dynamo se abre paso en Hollywood. Disponível em:

<<https://www.elespectador.com/entretenimiento/agenda/cine/productora-colombiana-dynamo-se-abre-paso-hollywood-articulo-543215>> Acesso em: 9 de setembro de 2018.

Wagner Moura: “‘Narcos’ também fala de mim, como latino-americano”.

Disponível em:

<https://brasil.elpais.com/brasil/2015/09/02/cultura/1441201128_881453.html> Acesso em: 11 de setembro de 2018.

**APÊNDICE 1 - RELAÇÃO ENTRE AS REPRESENTAÇÕES TERRITORIAIS E A DIREÇÃO
DE FOTOGRAFIA E DE CENA**

REPRESENTAÇÕES TERRITORIAIS	Direção de Fotografia	Direção de Cena
Episódio 1	Chile, Peru, Colômbia e Miami: imagens aéreas e utilização de plano aberto para captação dos territórios.	Países latinos: foco nos laboratórios de cocaína. Miami: foco na beleza do local e no cenário degradante onde os consumidores da droga estão presentes.
Episódio 2	Bahamas e Floresta Amazônica colombiana: imagens aéreas e plano aberto para captação dos territórios.	As imagens aéreas têm o foco de ressaltar a beleza dos lugares pelos turistas que os enxergam de longe. O contraste desta ideia é representado a partir dos planos abertos que focam na produção de cocaína nos laboratórios em meio a mata.
Episódio 3	Comparativo entre Colômbia e Estados Unidos, porém sem captação de imagens dos territórios em si. O foco da fotografia é dado nos personagens.	O roteiro reforça a soberania dos Estados Unidos sobre os demais países. Dois grandes exemplos são a morte de “Kiki”, agente do DEA, por narcotraficantes e como o governo americano “solucionou” o problema; e a facilidade de Murphy e Peña em obterem informações através de propina na Colômbia.
Episódio 4	Comparativo entre Colômbia e Estados Unidos através do sistema carcerário dos dois países. Faz-se bastante uso de imagens de arquivo neste episódio.	Retrato da falta de seriedade com a segurança das prisões colombianas,, através de comparação com o sistema prisional estadunidense. O contexto se encaixa no medo dos narcotraficantes em serem extraditados aos Estados Unidos pela produção e exportação de cocaína.

Episódio 5	A narrativa é muito mais focada nos planos dos narcotraficantes para combater a extradição e se prepararem contra o futuro governo de Gaviria, sendo aqui um episódio não tão relevante para análise, em termos de representação territorial.	-
Episódio 6	Predomina as imagens aéreas dos bairros da Colômbia e da mansão do narcotraficante Gacha em Cartagena.	Imagens aéreas da Colômbia retratam a pobreza e violência de certos bairros. Imagens aéreas de Cartagena possuem a função de mostrar o luxo da vida dos narcotraficantes e a beleza deste lugar.
Episódio 7	Colômbia: predomínio de imagens de arquivo mostrando a vitória de Gaviria nas eleições de 1990, e também as mortes causadas por Escobar. Estados Unidos: imagens de arquivo mostram praias e garotas de biquíni em Miami. Para retratar Nova York, a cidade é vista de cima. Casas noturnas e pessoas trabalhando em Wall Street também ajudam a compor a narrativa.	A grande quantidade de imagens de arquivo neste episódio reforçam a intenção do diretor em manter o telespectador próximo dos acontecimentos. É interessante notar que, ao retratar Miami e Nova York, não há cenas do consumo de cocaína, mesmo que isso seja reforçado nas falas de Murphy. Existe uma tendência em mostrar apenas o lado turístico dessas cidades.
Episódios 8 e 9	Colômbia: imagens de uma vida tranquila após a prisão de Escobar. Cenas externas em parques, com dias ensolarados.	Primeira vez que cenas de uma Colômbia tranquila são mostradas. Essa escolha por parte da direção de cena é importante para a construção da narrativa. A decisão de Gaviria em atender aos pedidos de Escobar também possui seu lado positivo.

Episódio 10	Não há nenhuma cena aérea mostrando o território da Colômbia neste episódio. As cenas tomam lugar em ambientes internos na maior parte do tempo.	O foco da narrativa, no episódio final, é a fuga de Pablo Escobar da <i>La Catedral</i> , portanto grande parte da narrativa é voltada para as estratégias do governo em impedir que isso aconteça e dos narcotraficantes em achar uma solução para que Pablo não seja transferido a uma prisão militar.
-------------	--	--

APÊNDICE 2 - RELAÇÃO ENTRE OS PERSONAGENS E A DIREÇÃO DE FOTOGRAFIA E DE CENA

PERSONAGENS POLICIAIS	Direção de Fotografia	Direção de Cena
Episódio 1	A maioria das cenas que retratam Murphy em Miami são feitas com a câmera estática, ajudando a construir a imagem de policial honesto e disciplinado. Para retratar Peña, a fotografia é feita com a câmera em movimento, sem a presença de um tripé e sem muita iluminação. Essa escolha traz dinâmica para as cenas e, neste caso, contribui para a narrativa do personagem que habita um lugar marcado pela violência e corrupção.	Neste primeiro episódio, Murphy representa o policial incorruptível e disciplinado. É casado e possui um sentimento de dever para com a segurança da sociedade. Peña, em sua única cena deste episódio, já representa uma personalidade contrária à de Murphy. Suas ações retratam um policial não tão disciplinado quanto Murphy. Parece gostar de curtir a vida noturna, fumando e bebendo.
Episódio 2	Mesma situação do episódio anterior: câmera estática para retratar a boa imagem do agente Murphy e câmera em movimento para retratar Peña e sua personalidade “malandra”, tanto na vida	Murphy e Peña se conhecem na Colômbia, mas há um estranhamento na forma como ambos encaram a vida policial. Murphy é deixado de fora de uma operação por não ser “corrupto suficiente”, segundo

	profissional como na pessoal.	Peña.
Episódio 3	Neste episódio prevalece o uso de câmera em movimento para retratar as ações dos agentes em combate ao narcotráfico.	Aos poucos, Murphy começa a dividir as mesmas características de Peña em relação ao modo de trabalho. Ele já não se importa com os pequenos atos corruptos exercidos pelo parceiro para obter informações valiosas. Nesta construção, é importante perceber que o fator “local” possui grande influência. A violência exacerbada retratada na Colômbia induz os policiais a usarem as mesmas artimanhas dos narcotraficantes para terem sucesso.
Episódio 4	Ambos passam a ser retratados da mesma forma em termos de fotografia. Isso contribui para mostrar mais sintonia entre os agentes.	A narrativa de Murphy é ainda muito carregada de patriotismo, exaltando os “benefícios” da interferência estadunidense em solo colombiano. O uso de ironia para tratar certos aspectos do país latino, como o sistema carcerário, é muito presente. Principalmente pela escolha de roteiro, o episódio é marcado pela soberania dos EUA em relação aos demais países.
Episódio 5	Neste episódio, as figuras políticas e os narcotraficantes estão muito mais presentes do que os dois agentes. Da mesma maneira, o padrão da direção de fotografia se mantém como nos episódios anteriores.	Pela pouca aparição dos agentes, este episódio não será incluso nesta análise.
Episódio 6	O padrão de câmera instável para retratar os agentes e os conflitos que os cercam se	Através do roteiro, nota-se grandes mudanças nos personagens dos agentes do

	<p>mantém. Neste episódio faz-se uso da “luz de contra” em uma cena entre Carrillo; Peña e um dos sicários de Gacha, onde apenas se enxerga a silhueta dos personagens. Essa técnica conversa com a narrativa e transmite ao telespectador certo suspense.</p>	<p>DEA. Murphy ainda mantém seu patriotismo, mas passa a demonstrar com mais frequência seu lado violento. Peña começa a enxergar o problema do narcotráfico na Colômbia além dos aspectos burocráticos e governamentais do “sucesso” da extradição.</p>
Episódio 7	<p>Novamente temos o padrão de câmera instável para retratar os momentos de tensão vividos pelos agentes.</p>	<p>Reforço da figura do “herói americano” em Murphy. Enxerga-se uma perda de seu patriotismo que é suprida pelo seu lado paternal, com a decisão de cuidar da criança órfã até que uma solução melhor possa ser tomada.</p>
Episódios 8 e 9	<p>Em ambos os episódios o padrão da direção de fotografia se mantém para retratar Murphy e Peña.</p>	<p>O lado agressivo de Murphy aflora para reforçar que a vida policial na Colômbia tem causado constantes transformações em sua personalidade.</p>
Episódio 10	<p>O padrão da direção de fotografia se mantém para retratar Murphy e Peña.</p>	<p>No episódio final fica claro que ambos os agentes querem ver Pablo Escobar morto. Suas motivações passam a ser mais pessoais, mas ainda enxerga-se a vontade de tomar créditos por tal feito.</p>

